JEAN BAUDRILLARD
Grafica şi coperta: *Octavian Bour*
SISTEMUL OBIECTELOR
Traducere şi postfaţă de Horia Lazăr
ISBN-973 – 9114 – 44 – 7
© Editions Gallimard 1968
© Toate drepturile pentru această ediţie sunt rezervate Editurii ECHINOX.
Editura Echinox Cluj, 1996
Această carte a fost editată cu sprijinul oferit de MINISTERUL FRANCEZ AL AFACERILOR EXTERNE, DIRECŢIA CĂRŢII şi de AMBASADA FRANŢEI ÎN ROMÂNIA (Programul „N. Iorga”)
Lector: *Marian Papahagi*
Apărut: 1996 Bun de tipar: 30.12.1995

INTRODUCERE

Putem oare clasifica întreaga vegetaţie a obiectelor ca pe o floră sau o faună, cu specii tropicale şi glaciare, cu mutaţii bruşte şi cu specii pe cale de dispariţie? în civilizaţia urbană vedem succedându-se în ritm accelerat generaţii de produse, de aparate, de gadgeturr faţă de care omul pare o specie deosebit de stabilă. Dacă ne gândim bine, această viermuiala nu e mai neobişnuită decât cea a nenumăratelor specii naturale. Iar pe acestea omul le-a pus deja în ordine. Şi pe vremea când a început să facă acest lucru în mod sistematic, a fost în stare şi să ofere un tablou exhaustiv al obiectelor practice şi tehnice de care era înconjurat, în Enciclopedie. De atunci însă, echilibrai s-a rupt: obiectele cotidiene (nu avem în vedere dispozitivele automate) proliferează, nevoile se înmulţesc, producţia accelerează apariţia şi dispariţia acestora, iar vocabularul nu mai ajunge să le definească. Putem oare spera că vom reuşi să clasificăm o lume de obiecte care se schimbă văzând cu ochii şi să ajungem la un sistem descriptiv al acestora? Am avea aproape tot atâtea criterii de clasificare câte obiecte: după mărime, gradul de funcţionalitate (adică raportul cu propria lor funcţie obiectivă), gesturile legate de ele (bogate sau sărace,

tradiţionale sau nu), forma, durata, clipa din zi în care se manifestă (prezenţa mai mult sau mai puţin intermitentă şi conştiinţa pe care o avem despre acest fapt), materia pe care o transformă (în ce priveşte maşina de râşnit cafea, totul e limpede, nu însă şi pentru oglindă, radio, automobil. Orice obiect transformă însă ceva), gradul de exclusivitate sau de socializare în folosire (personală, familială, publică, indiferentă) etc. La drept vorbind, toate aceste modalităţi de clasificare pot părea, în cazul unui ansamblu aflat în continuă schimbare şi expansiune cum e cel al obiectelor, aproape la fel de întâmplătoare ca şi ordinea alfabetică. Catalogul Manufacturii de Arme de la Saint-Étienne ne oferă, în lipsa structurilor, subdiviziuni, dar nu se referă decât la obiecte definite după funcţia lor: fiecare răspunde unei operaţii, adesea infimă şi eteroclită, iar un sistem de semnificaţii nu se face simţit nicăieri1. La un nivel mult mai ridicat, analiza în acelaşi timp funcţională, formală şi structurală a obiectelor în evoluţia lor istorică, pe care o găsim în cartea lui Siegfried Giedion *Mechanization takes command* (1948), adevărată epopee a obiectului tehnic, semnalează schimbările de structuri sociale legate de evoluţia tehnicii, dar nu răspunde câtuşi de puţin la problema de a şti cum sunt trăite obiectele, la ce nevoi (în afara celor structurale) răspund ele, ce structuri mentale se întrepătrund cu structurile funcţionale contrazicându-le şi pe ce sistem cultural, infrasau transcultural e bazat felul în care ele sunt trăite zi de zi. Iată întrebările pe care ni le punem în paginile ce urmează. Nu va fi vorba de obiecte definite prin funcţie sau după clasele în care le-am putea împărţi pentru comoditatea analizei, ci de procese prin care oamenii intră în legătură cu ele, şi de asemenea de sistematica conduitelor şi a relaţiilor umane ce rezultă din aceasta.

Studierea sistemului „vorbit” al obiectelor, adică a sistemului de semnificaţii mai mult sau mai puţin coerent pe care ele îl instaurează, presupune întotdeauna un plan distinct al acestui sistem „vorbit”, mai riguros structurat decât el, un plan structural aşezat dincolo de descrierea

funcţională: planul tehnologic.

Planul tehnologic e o abstracţie: în viaţa curentă nu avem, practic, conştiinţa realităţii tehnologice a obiectelor. Totuşi, această abstracţie e o lealitate fundamentală: tocmai ea domneşte asupra transformărilor radicale ale mediului. Lăsând la o parte orice paradox, putem spune chiar că ea constituie partea cea mai concretă a obiectului, deoarece procesul tehnologic e acela al evoluţiei structurale obiective. Riguros vorbind, tot ce i se întâmplă obiectului în mediul tehnologic e *esenţial*, iar ce i se întâmplă în domeniul psihologic sau sociologic al nevoilor şi practicilor e *inesenţial.* Discursul psihologic asupra obiectului ne trimite neîncetat la un nivel mai coerent, fără legătură cu discursul individual sau colectiv: l-am putea numi cel al unei *limbi* tehnologice. Plecând de la această limbă, de la coerenţa modelului tehnic, putem înţelege ce li se întâmplă obiectelor prin faptul că sunt produse şi consumate, posedate şi personalizate.

Prin urmare, e urgent să definim chiar de la început un plan de raţionalitate a obiectului, altfel spus de structurare tehnologică obiectivă. Iată exemplul motorului cu benzină în cartea lui Gilbeit Simondon, *Des modes d'existence des objets techniques* (Aubier, 1958): „În motorul zilelor noastre, fiecare piesă importantă e atât de legată de celelalte prin schimburi reciproce de energie încât nu poate fi altfel decât e... Forma chiulasei, metalul din care e făcută, legătura cu toate celelalte elemente ale ciclului produc o anumită temperatură a electrozilor bujiei; la rândul ei, această temperatură reacţionează asupra caracteristicilor aprinderii şi ale ciclului în întregimea lui.

Motorul zilelor noastre e concret, cel vechi e abstract. În motorul vechi, fiecare element intervine la un anumit moment în ciclu, după care nu mai trebuie să acţioneze asupra celorlalte elemente. Piesele motorului sunt asemenea unor oameni care ar lucra pe rând, fără însă a se cunoaşte unul pe celălalt... Există o formă primordială a obiectului tehnic, forma abstractă în care fiecare unitate teoretică şi materială e tratată ca un

absolut, cerând să fie constituită, în vederea funcţionării, ca un sistem închis. În acest caz, integrarea pune o serie de probleme ce trebuie rezolvate… şi astfel apar structuri deosebite pe care le putem numi, pentru fiecare unitate ce constituie ansamblul, structuri de apărare: chiulasa motorului termic cu combustie internă se înconjoară cu aripioare de răcire. Acestea par adăugate dinafară la cilindru şi la chiulasa teoretică, şi nu împlinesc decât o funcţie: răcirea. În motoarele recente, aceste aripioare au pe deasupra şi un rol mecanic, opunându-se ca nişte nervuri la deformarea chiulasei sub presiunea gazelor… Nu mai putem distinge cele două funcţii: s-a dezvoltat o structură unică, care nu e un compromis, ci o concomitentă şi o convergenţă: chiulasa cu nervuri poate fi mai îngustă, lucru ce permite o răcire mai rapidă; structura bivalentă aripioare/nervuri asigură prin urmare sintetic, şi într-un mod mult mai satisfăcător, cele două funcţii, cândva distincte: le integrează pe ambele, depăşindu-le… Vom spune că această structură e mai concretă decât precedenta şi corespunde unui progres obiectiv al obiectului tehnic: problema telinologică reală e acum cea a convergenţei funcţiilor într-o unitate structurală, şi nu cea a căutării unui compromis între exigenţe contrare. La limită, în această trecere de la abstract la concret, obiectul tehnic tinde să ajungă la stareţ unui sistem în întregime coerent cu el însuşi, perfect unificat” (pp. 25 – 26).

Această analiză e esenţială: ne dă elementele unei coerenţe care nu e niciodată trăită, ce nu poate fi niciodată descifrată în practică. Tehnologia ne aduce în faţa ochilor o poveste plină de rigoare a obiectelor, în care antagonismele funcţionale se rezolvă dialectic în structuri mai largi. Fiecare trecere spre un sistem tot mai bine integrat, fiecare comutare în interiorul unui sistem deja structurat, fiecare sinteză de funcţii face să apară un sens, o pertinenţă obiectivă independentă de indivizii care o vor face să funcţioneze: iată-ne în nivelul limbii; prin analogie cu fenomenele lingvistice, am putea numi aceste elemente

ţelinice simple – diferite de obiectele reale –, pe jocul cărora se bazează evoluţia tehnologică, „tehneme”. La acest nivel, putem avea în vedere o tehnologie structurală, ce studiază organizarea concretă a acestor telmeme în obiecte ţelinice tot mai complexe şi sintaxa lor în cadrul unor ansambluri.

Această ştiinţă nu se poate însă desfăşura riguros decât în sectoare restrânse, ce merg de la cercetările de laborator până la înaltele realizări ţelinice precum aeronautica, astronautica, marina, marile camioane de transport, dispozitivele prefecţionate etc: tocmai acolo unde urgenţa tehnică face să funcţioneze pe deplin constrângerea structurală şi unde caracterul colectiv şi impersonal reduce la minim puterea modei. În vreme ce automobilul se epuizează în jocul formelor păstrând cu toate acestea un statut tehnologic minoritar (răcire cu apă, motor cu cilindri etc), aviaţia e silită să producă obiecte tehnice dintre cele mai concrete pentru simple raţiuni funcţionale (siguranţă, viteză, eficacitate). În acest caz, evoluţia telinologică urmează o linie aproape pură. E limpede însă că această analiză tehnologică structurală e insuficientă dacă e vorba să furnizăm o explicaţie a sistemului *cotidian* al obiectelor.

Oricine poate visa să facă o descriere exhaustivă a tehnemelor şi a raporturilor de sens dintre ele, ceea ce ar fi suficient pentru a epuiza lumea obiectelor reale: dar acesta e doar un vis. Ispita de a folosi tehnemele precum aştrii în astronomie, adică, după cum spune Platon, „ca pe nişte figuri de geometrie, fără să ne gândim la ce se petrece în cer, dacă vrem să devenim adevăraţi astronomi şi să tragem vreun folos din acea parte a sufletului nostru care e inteligenţa” (*Republica*, 1 VII), se izbeşte de îndată de realitatea psihologică şi sociologică trăită a obiectelor, ce constituie, dincolo de materialitatea lor sensibilă, un corp de constrângeri de aşa natură încât coerenţa sistemului tehnologic e neîncetat modificată şi perturbată. Ceea ce ne interesează aici e tocmai această perturbare, şi de asemenea felul în care raţionalitatea obiectelor intră în

conflict cu iraţionalitatea nevoilor, precum şi modul în care această contradicţie face să apară un sistem de semnificaţii ce năzuieşte să o rezolve, şi nu modelele tehnologice pe al căror adevăr fundamental se precizează fără încetare realitatea trăită a obiectului.

Fiecare dintre obiectele noastre practice e legat de unul sau mai multe elemente structurale, însă într-un anume fel aceste obiecte îşi abandonează continuu structuralitatea tehnică în folosul unor semnificaţii secunde, alunecând din sistemul tehnologic în sistemul cultural. Mediul ambiant cotidian e, într-o foarte mare măsură, un sistem „abstract”: în general, obiectele sunt izolate în propria lor funcţie, şi omul e cel care asigură, răspunzând nevoilor lui, coexistenţa lor într-un context funcţional, care e un sistem prea puţin economic, puţin coerent, analog structurii arhaice a vechilor motoare cu benzină: îngemănare de funcţii parţiale, adesea indiferente sau antagoniste. Tendinţa actuală nu e câtuşi de puţin, de altfel, de a rezolva această incoerenţă, ci de a răspunde nevoilor succesive prin obiecte noi. Aşa se face că fiecare obiect adăugat celorlalte îşi desăvârşeşte propria-i funcţie, dar contrazice ansamblul, ba chiar uneori îşi desăvârşeşte şi îşi contrazice simultan propria-i funcţie.

Pe lângă toate acestea, cum conotaţiile formale şi tehnice se adaugă incoerenţei funcţionale, întregul sistem al nevoilor – socializate sau inconştiente, culturale sau practice –, întregul sistem trăit, inesenţial, se revarsă asupra ordinii tehnice esenţiale şi compromite statutul obiectiv al obiectului.

Iată un exemplu: lucrul „esenţial” şi structural, aşadar cel mai concret obiectiv la o râşniţă de cafea e motorul electric, adică energia distribuită de centrală şi legile de producere şi transformare a energiei; ceea ce e deja mai puţin obiectiv, deoarece e în legătură cu nevoile unuia sau altuia, e funcţia definită de a măcina cafeaua; ceea ce nu e deloc obiectiv, fiind aşadar inesenţial, e faptul că râşniţa e verde şi dreptunghiulară, sau roz şi trapezoidală. O aceeaşi structură, motorul electric, se

poate specifica în diverse funcţii: diferenţierea funcţională e deja secundară (căci prin ea obiectul poate cădea în incoerenţa gadgetului). Acelaşi obiect-funcţie se poate specifica la rândul lui în forme deosebite: iată-ne în domeniul „personalizării", al conotaţiei formale: al inesenţialului. Or, faptul ce caracterizează obiectul industrial opus celui artizanal a aceea că inesenţialul nu e lăsat la cheremul cererii şi al execuţiei individuale, ci e reluat şi sistematizat în producţie2, care-şi asigură prin el (şi prin arta combinatorie universală a modei) propria-i finalitate.

Tocmai această complicaţie de nerezolvat determină condiţii de autonomizare diferite în sfera tehnologică, ce se referă la posibilitatea analizei structurale în domeniul obiectelor – şi în cea a limbajului. Dacă exceptăm obiectele tehnice pure, cu care nu avem niciodată de a face ca subiecţi, vom vedea că cele două niveluri, al denotaţiei obiective şi al conotaţiei (prin care obiectul e investit, comercializat, personalizat, prin care intră în cadru utilitar şi în sistemul cultural) nu sunt strict disociabile precum cel al limbii şi al vorbirii în lingvistică, în condiţiile actuale de producţie şi de consum. Nivelul tehnologic nu are o autonomie structurală atât de mare încât „faptele de vorbile" (în cazul nostru obiectul „vorbit") să nu fie mai importante în analiza obiectelor decât în analiza faptelor de limbă. Dacă faptul de a-l pronunţa pe *r* rostogolit sau graseiat nu schimbă nimic în sistemul limbii, cu alte cuvinte dacă sensul conotat nu compromite câtuşi de puţin structurile denotate, conotaţia de obiect apasă în schimb şi alterează simţitor structurile tehnice. Spre deosebire de limbă, tehnologia nu constituie un sistem stabil. Contrar monemelor şi fonemelor, tehnemele sunt în continuă evoluţie. Or, faptul că sistemul tehnologic e atât de implicat, prin revoluţia lui permanentă, în însuşi timpul obiectelor practice care-l „vorbesc" – e şi cazul limbii, dar într-o măsură infinit mai mică –, faptul că acest sistem are drept scop stăpânirea lumii şi satisfacerea nevoilor, adică finalităţi mai concrete, mai puţin disociabile de practică

decât comunicarea, care e scopul limbajului –, în sfârşit faptul ca tehnologia depinde strict de condiţiile *sociale* ale cercetării tehnologice, prin urmare de ordinea globală de producţie şi de consum, care e constrângere exterioară ce nu se exercită asupra limbii –, din toate acestea rezultă că sistemul obiectelor, contrar celui al limbii, nu poate fi descris *ştiinţific* decât în măsura în care e considerat, *în cadrul aceleiaşi mişcări*, ca rezultând din interferenţa continuă a unui sistem de practici cu un sistem de tehnici. Ceea ce explică realul sunt mai puţin structurile coerente ale tehnicii cât modalităţile de întâlnire a practicilor şi a tehnicilor, sau mai precis modalităţile prin care practicile frânează tehnicile. La drept vorbind, descrierea sistemului obiectelor nu se poate lipsi de o critică a ideologiei practice a sistemului. La nivelul tehnologic nu există contradicţii: nu există decât sens. Dar o ştiinţă umană nu poate fi decât ştiinţa sensului *şi* a contrasensului: în ce fel un sistem tehnologic coerent se dispersează într-un sistem practic incoerent, în ce fel

„Limba" obiectelor poate fi „vorbită", în ce fel sistemul „vorbirii" (care e intermediar între limbă şi vorbire) îl eclipsează pe cel al limbii? în sfârşit, unde sunt – lăsând la o parte coerenţa abstractă – contradicţiile trăite în sistemul obiectelor? 3

— *Gadget*: dispozitiv sau obiect nou şi amuzant. Cuvântul a intrat în franceză prin 1946, provenind dintr-un cuvânt anglo-american identic, atestat prin 1870.

1 Dar însuşi catalogul, existenţa lui ca atare, e bogat în sensuri: el are o intensă semnificaţie culturală, prin propriu-i proiect de nomenclator exhaustiv: nu putem atinge obiectele decât printr-un catalog ce poate fi răsfoit „pentru propria noastră plăcere", ca un manual al minunilor, o carte de poveşti, un meniu de restaurant etc.

2 Modalităţile de tranziţie de la esenţial la inesenţial sunt prin urmare relativ sistematice, chiar şi ele. Sistematizarea inesenţialului are aspecte psihologice şi sociologice, şi de asemenea o funcţie ideologică de integrare (v. *Modele şi serii*).

3 Pe baza acestei distincţii putem face o apreciere strânsă între analiza obiectelor şi lingvistică, sau mai degrabă semiologie. Cee. a ce noi numim, în câmpul obiectelor, diferenţa marginală sau inesenţială, e ceva analog cu noţiunea semiologică de „câmp de dispersie”: câmpul de dispersie e constituit de varietăţile de executare a unei unităţi (de exemplu a unui fenomen) atâta timp cât aceste varietăţi nu aduc o schimbare de sens (adică nu devin variaţii pertinente). În arta culinară putem vorbi de o dispersie a unui fel de mâncare, constituit de limitele între care acesta continuă să semnifice, oricare ar fi „fanteziile” celui ce-l pregăteşte. Variantele care compun câmpurile de dispersie se numesc *variante combinatorii*: ele nu participă la comutarea sensului, şi nu sunt pertinente… Multă vreme variaţiile combinatorii au fost considerate ca fapte de vorbire; cu siguranţă, sunt foarte apropiate de vorbire, dar actualmente sunt socotite fapte de limbă, deoarece sunt „obligatorii” (Roland Barthes, *Communications*, nr. 4, p.128). Barthes adaugă că această noţiune e sortită să devină centrală în semiologie, deoarece variaţiile nesemnificative în planul denotaţiei pot să redevină semnificative în planul conotaţiei. Din cele de mai sus ne dăm seama de faptul că există o analogie profundă între variaţia combinatorie şi diferenţa marginală: ambele se referă la inesenţial, nu au nicio pertinenţă, ţin de o artă a combinaţiei şi-şi precizează sensul la nivelul conotaţiei. Distincţia capitală e însă aceasta: dacă variaţia combinatorie rămâne exterioară şi indiferentă în planul semiologic al denotaţiei, diferenţa marginală nu e, în schimb, niciodată „marginală”, pentru că planul tehnologic nu desemnează, precum cel al limbii în cadrul limbajului, o abstracţie metodologică fixă ce devine reală prin dinamica conotaţiilor, ci o schemă structurală evolutivă pe care conotaţiile (diferenţele inesenţiale) o stabilizează, o fac să devină stereotipă şi să regreseze. Dinamica structurală a tehnicii încremeneşte la nivelul obiectelor şi în subiectivitatea diferenţială a sistemului cultural, ce se repercutează el însuşi asupra ordinii tehnice.

A. SISTEMUL FUNCŢIONAL SAU DISCURSUL OBIECTIV

L STRUCTURILE DE ARANJARE A MEDIULUI COTIDIAN

MEDIUL TRADIŢIONAL

Configuraţia mobilierului e imaginea fidelă a structurilor familiale şi sociale ale unei epoci. Interiorul burghez tipic e de natură patriarhală: un ansamblu constituit din sufragerie şi dormitor. Diferite prin funcţia lor dar puternic integrate, mobilele gravitează în jurul bufetului sau al patului din mijlocul camerei. Tendinţa e de acumulare şi de ocupare a spaţiului, şi de asemenea de închidere a acestuia: unifuncţionalitate, inamovibilitate, prezenţă impozantă şi etichetă ierarhică. Fiecare cameră are o destinaţie strictă, ce corespunde diverselor funcţii ale celulei familiale, şi care trimite, mai departe, la o concepţie a persoanei ca îmbinare echilibrată de facultăţi distincte. Mobilele se privesc, se dau la o parte una pe alta şi se implică într-o unitate mai curând de ordin moral decât spaţial. Se grupează în jurul unei axe ce asigură cronologia regulată a conduitelor mereu simbolizata prezenţă a familiei faţă de ea însăşi. În spaţiul privat, fiecare mobilă şi fiecare cameră, la rândul ei, îşi interiorizează funcţia şi marchează demnitatea simbolică a acesteia, iar casă, în întregul ei, desăvârşeşte integrarea relaţiilor personale în grupul pe jumătate închis al familiei.

Toate acestea dau naştere unui organism a cărui structură e relaţia patriarhală de tradiţie şi de autoritate, şi a cărui inimă e relaţia afectivă complexă ce-i uneşte membrii. Acest nucleu e un spaţiu specific, care ţine prea puţin seama de o amenajare obiectivă, deoarece mobilele şi obiectele au ca funcţie, în primul rând, personificarea relaţiilor umane, umplerea spaţiului pe care-l împart între ele, ca şi faptul de a avea un suflet1. Dimensiunea reală în care trăiesc e supusă dimensiunii morale pe care trebuie să o semnifice. În acest spaţiu, ele au tot atât de puţină autonomie ca şi diferiţii membri ai familiei în societate. De altfel, fiinţele şi obiectele sunt foarte legate între ele, iar

obiectele îşi însuşesc din această cârdăşie o valoare afectivă, pe care în mod obişnuit o numim „prezenţă”.

Ceea ce face profunzimea caselor copilăriei şi caracterul lor evocator în amintire e, evident, această structură complexă de interioritate în care obiectele trasează sub ochii noştri limitele unei configuraţii simbolice: sălaşul copilăriei. Ruptura între interior şi exterior şi opoziţia formală a acestora sub semnul social al proprietăţii şi sub semnul psihologic al imanenţei familiei face din acest spaţiu tradiţional o transcendenţă încinsă. Zeii lari care sunt obiectele devin treptat nemuritori, deoarece încarnează în spaţiu legăturile afective şi permanenţa grupului, până ce o generaţie modernă îi va respinge, îi va împrăştia sau, uneori, îi va reinstala în actualitatea nostalgică a unor obiecte vechi. Ca şi zeii, mobilele au uneori norocul unei existenţe secunde, care trece de la utilizarea firească la barocul cultural.

Ordinea sufrageriei şi a dormitorului, ca structură mobiliară legată de structura imobiliară a casei, e de asemenea aceea propagată de publicitate în publicul larg. Levitan şi galeriile Barbes propun întotdeauna gustului colectiv normele ansamblului „decorativ”, chiar dacă liniile s-au „stilizat”, şi chiar dacă decorul şi-a pierdut căldura. Iar dacă aceste mobile se vând, nu e din cauză că ar fi mai ieftine, ci pentru că poartă în ele certitudinea oficială a grupului şi confirmarea burgheză. Şi astfel nişte mobile-monumente (bufetul, patul, dulapul), ca şi îmbinarea lor reciprocă, răspund persistenţei structurilor familiale tradiţionale în straturi foarte largi ale societăţii moderne.

OBIECTUL MODERN ELIBERAT ÎN PROPRIA-I FUNCŢIE

În acelaşi timp cu schimbarea între individ, pe de o parte, şi familie şi societate pe de altă parte, se schimbă şi stilul obiectelor de mobilier. Di-vanuri şi paturi aşezate în colţurile camerelor, uneori cu etajere deasupra lor, măsuţe joase, rafturi numeroase şi elemente mărunte o iau înaintea vechiului ansamblu de mobile. Aşezarea se schimbă şi ea. Patul devine o banchetă-pat, bufetul şi

dulapurile – piesele escamotabile. Toate se adună şi se desfac, se echilibrează sau intră în scenă la momentul oportun. Desigur, aceste inovaţii nu au caracterul unei improvizaţii libere: aproape întotdeauna, mobilitatea sporită, comutabilitatea şi oportunitatea ce o însoţesc e doar rezultatul unei adaptări silite la lipsa de spaţiu. Darul de a inventa e un dar al sărăciei. Şi dacă vechea sufragerie era apăsată de o convenţie morală, interioarele „moderne”, în întreaga lor ingeniozitate, ne dau deseori impresia unor expediente funcţionale. „Lipsa stilului” e, în primul rând, o lipsă de spaţiu, iar funcţionalitatea maximă – o rezolvare nefericită în care faptul de a te găsi la tine acasă îşi pierde organizarea interioară, fără a-şi pierde delimitările. Destructurarea fără reconversiune a spaţiului şi a prezenţei obiectelor e, înainte de toate, o sărăcire.

Tocmai aşa apare ansamblul modern de serie: destructurat, dar nu restructurat – deoarece nimic nu compensează puterea de expresie a vechii ordini simbolice. Cu toate acestea, există un progres: între individ şi obiecte, devenite mai suple prin utilizare şi neexercitând sau nesimbolizând nicio constrângere morală, legătura e mai liberă: prin ele, individul nu mai e în strictă relaţie cu familia sa2. În mobilitatea şi multifuncţionalitatea lor, el îşi găseşte o mai mare libertate de organizare, reflex al unei mai mari disponibilităţi în relaţiile sale sociale. Aceasta nu e însă decât un fel de eliberare parţială. La nivelul obiectului de serie, în absenţa unei restructurări a spaţiului, această evoluţie „funcţională” nu e, de-ar fi să reluăm distincţia marxistă, decât o emancipare, şi nu o eliberare, deoarece nu semnifică decât *eliberarea funcţiei obiectului, şi nu a obiectului însuşi*.

Masa neutră, uşoară, escamotabilă, patul fără picioare, fără cadru, neacoperit, un fel de grad zero al patului, toate obiectele alcătuite din linii „pure” care nici măcar nu mai par ceea ce sunt, reduse la structura cea mai simplă, ca şi cum ar fi definitiv secularizate: ceea ce s-a eliberat în ele şi care, eliberându-se, a eliberat ceva în om (sau pe care omul, eliberându-se, l-a eliberat în ele) e

propria lor funcţie. Aceasta nu mai e estompată de teatralitatea morală a vechilor mobile, ci s-a desprins de ritual, de etichetă, de o întreagă ideologie ce făceau din mediul înconjurător oglinda opacă a unei structuri umane reificate. În zilele noastre, obiectele transpar în mod clar în ceea la ce servesc. Prin urmare, sunt libere ca *obiecte funcţionale*, cu alte cuvinte au libertatea de a funcţiona, iar pentru obiectele de serie nu o au decât pe aceasta3.

Or, *atâta timp cât obiectul nu e eliberat decât în funcţia lui, în mod reciproc omul nu e eliberat decât ca utilizator al obiectului în cauză*. Acest fapt e un progres, dar nu un moment hotărâtor. Un pat e un pat, un scaun e un scaun: între ele nu există nicio legătură atâta vreme cât nu servesc decât la ce servesc. Iar fără legătură nu există spaţiu, deoarece spaţiul există doar dacă e deschis, provocat, ritmat, lărgit printr-o corelare de obiecte şi prin depăşirea funcţiei acestora într-o nouă structură. Într-un fel, spaţiul e libertatea reală a obiectului, funcţia fiind doar libertatea lui formală. Sufrageria burgheză e structurată, dar structura ei e închisă. Mediul funcţional e mai deschis, mai liber, dar e şi destructurat, rupt în funcţii diverse. Între cele două, în spărtura dintre spaţiul psihologic integrat şi spaţiul funcţional îmbucătăţit, se mişcă obiectele de serie ce privesc şi spre unul şi spre celălalt, aflându-se adesea în acelaşi interior.

INTERIORUL MODEL

Elementele

Acest spaţiu de negăsit, care nu e nici exterioritate delimitată prin constrângeri şi nici inferioritate de refugiu, acesta libertate şi acest „stil” ce nu poate fi descifrat în obiectul de serie deoarece e aservit propriei sale funcţii poate fi găsit în interioarele model. În acestea apare o structură nouă şi o evoluţie semnificativă4. Răsfoind reviste de lux precum *Maison Française*, *Mobilier et Decoration* etc.5. remarcăm alternanţa a doua teme: pe de o parte, case sublime, în afara oricărei concurenţe, vechi locuinţe din secolul al XVIII-lea, vile amenajate în chip miraculos, grădini italiene încălzite cu raze infraroşii şi

împânzite cu statuete etrusce, pe scurt lumea exemplarului unic, ce nu poate decât să ne silească să o contemplăm fără speranţă (cel puţin fără nicio speranţă sociologic rezonabilă). Acestea sunt modelele aristocratice, care prin valoarea lor absolută susţin cealaltă parte: decorul amenajării moderne. Obiectele şi mobilele propuse de acestea, deşi au un „standing” * înalt, au şi o incidenţă sociologică: nu e vorba de creaţii de vis, necomerciale, ci, în sensul propriu, de *modele*. De data aceasta nu ne mai aflăm în domeniul artei pure ci într-unul care, cel puţin virtual, priveşte întreaga societate.

Modelele avangardei în domeniul mobilelor se dispun în funcţie de o opoziţie fundamentală: *elemente*/*fotolii*, iar imperativul practic căruia i se supun e *aranjarea mediului*, altfel spus un calcul sintagmatic căruia i se opune, tot aşa cum fotoliile se opun elementelor, conceptul general de *ambianţă*.

„TECMA: Elemente extensibile şi care se pot juxtapune, transforma şi mări; fiind armonioase, alcătuiesc un mobilier perfect omogen; fiind funcţionale, răspund tuturor imperativelor vieţii moderne. Răspund şi exigenţelor dumneavoastră: puteţi face din ele o bibliotecă, un bar, un suport pentru radio, un dulap, o garderobă, un birou, un cufăr, o comodă, un dulăpior pentru vase, o vitrină, sertare pentru fişe, o masă escamotabilă. TECMA e la dispoziţia dumneavoastră în lemn de tec dat cu ulei sau în lemn de acaju lăcuit”.

„OSCAR: Construiţi-vă singuri o ambianţă OSCAR! E pasionant şi inedit. Gama de mobile OSCAR e un joc de elemente predecupate.

Descoperiţi plăcerea de a compune la scară mică modelul mobilierului dumneavoastră, în relief, în culori şi după puterile mâinilor dumneavoastră! Dumneavoastră îl creaţi, dumneavoastră îl transformaţi, acasă, după cum doriţi!

Veţi fi bucuros dacă veţi comanda mobila OSCAR, originală şi personală, mândria căminului dumneavoastră!”

„MONOPOLY: Fiecare dintre ansamblurile

MONOPOLY e cel mai bun prieten al personalităţii dumneavoastră. Sistem din abanos de înaltă calitate, din tec sau din makore cu îmbinări invizibile de elemente cu patru. muchii ce permit structurări infinit de variate de mobile adaptate gusturilor şi spaţiului dumneavoastră în funcţie de nevoi.

Elemente monobloc policombinabile: le puteţi adapta pentru a crea şi la dumneavoastră acasă atmosfera rafinată pe care o visaţi".

Aceste exemple lasă să se vadă depăşirea obiectului-funcţie spre o nouă ordine practică de organizare. Valorile simbolice şi valorile de utilizare se estompează în spatele valorilor de organizare. Substanţa şi forma vechilor mobile sunt definitiv uitate în folosul unui joc al funcţiilor extrem de liber. Obiectele nu mai sunt investite cu un „suflet", şi nici nu ne mai investesc cu prezenţa lor simbolică: relaţia devine obiectivă, fiind una de îmbinare şi de joc. Valoarea pe care o ia nu mai e instinctivă şi psihologică, ci tactică. Nu mai suntem definiţi de misterul relaţiilor singulare, ci de diferenţele şi demersurile unui joc. O limitare fundamentală e înlăturată, paralel cu o modificare simţitoare a structurilor sociale şi interpersonale.

Pereţii şi lumina

Camerele, ca şi casa însăşi, depăşesc secţionarea tradiţională prin perete, ce făcea din ele spaţii-refugiu. Camerele se desfac, totul comunică, apoi se fragmentează în unghiuri, în zone difuze şi în sectoare mobile: se liberalizează. Ferestrele nu mai sunt nişte orificii ce se opun navalei aerului şi luminii, care soseau *din afară* pentru a se aşeza pe obiecte, pe care le luminau „dinăuntru". Mai simplu: nu mai există deloc ferestre, iar lumina, ce intervine liber, a devenit funcţia universală de existenţă a lucrurilor. Tot aşa, obiectele şi-au pierdut substanţa ce le întemeia şi forma ce le delimita, prin care omul le anexa propriei sale imagini: acum, spaţiul se desfăşoară liber între ele, devenind funcţia universală a raporturilor şi „valorilor" lor.

Luminarea

În aceeaşi ordine de evoluţie, multe amănunte sunt semnificative: de exemplu tendinţa de a îndepărta sursele de lumină. „Un şănţuleţ săpat de jur-împrejurul tavanului adăposteşte pe tot perimetrul lui tuburi de neon, ce asigura o luminare discretă”. „Luminare uniformă cu tuburi mascate în diferite puncte: sub şanţul din tavan care se întinde de-a lungul perdelelor, în spatele părţii superioare a mobilelor, sub partea de sus a dulapurilor etc”. Totul se petrece ca şi cum sursa de lumină ne-ar reaminti originea lucrurilor. Chiar şi atunci când nu mai luminează, din tavan, cercul familiei, chiar dacă e împrăştiată şi îmbucătăţită, rămâne în continuare semnul unei intimităţi privilegiate, atribuie lucrurilor o valoare deosebită, dă naştere umbrelor şi inventează prezenţe. Înţelegem cu uşurinţă de ce un sistem care tinde spre calculul obiectiv al elementelor simple şi omogene vrea să şteargă până şi ultimul semn de strălucire interioară şi de învelire simbolică a lucrurilor cu privirea sau cu dorinţa.

Oglinzi şi portrete

Alt simptom: dispariţia oglinzilor. După atâta metafizică ar trebui să scriem o psihosociologie a oglinzii. Mediul ţărănesc tradiţional ignoră oglinda, poate că îi e chiar teamă de ea: oglinda e ca o vrăjitoare. Dimpotrivă, interiorul burghez, ca şi ceea ce a mai rămas din el, mobilierul actual de serie, înmulţeşte numărul oglinzilor de pe pereţi, de pe dupaluri, de pe măsuţele de servit, de pe bufete. Ca şi sursa de lumină, oglinda e o piesă privilegiată a camerei de locuit. În acest sens, ea joacă pretutindeni, în decorul confortului domestic, un rol ideologic de redundanţă, de superfluitate, de obiect reflector e un obiect al omului bogat, în care practica persoanei burghezului, foarte respectuoasă cu ea însăşi găseşte privilegiul de a-şi înmulţi imaginile şi de a dispune de propriile-i bunuri. În general, putem spune că oglinda, care e un obiect ce ţine de ordinea simbolică, nu numai că reflectă trăsăturile individului, ci însoţeşte şi strădania conştiinţei individuale în istorie. Prin urmare, poartă în sine confirmarea unei întregi ordini sociale: nu din

întâmplare secolul lui Ludovic al XIV-lea se rezumă în Galeria Oglinzilor. Tot aşa, de câtăva vreme, înmulţirea oglinzilor de apartament coincide cu proliferarea fariseismului triumfător al conştiinţei burgheze de la Napoleon al ffl-lea la Modern Style. Lucrurile s-au schimbat însă. În ansamblul funcţional, imaginea de dragul imaginii nu mai e practicată. Oglinda există în continuare: lipsită de cadru, ea îşi defineşte funcţia, cel mai exact, în baie. Destinată îngrijirii aparenţelor, care e pretinsă de relaţiile sociale, ea se eliberează de graţia şi de prestigiul subiectivităţii domestice, în acelaşi timp, celelalte obiecte se eliberează de ea şi nu mai sunt tentate să trăiască într-un circuit închis cu propria lor imagine. Cum oglinda încheie spaţiul, ea presupune un perete şi trimite la un centru: cu cât avem mai multe oglinzi, cu atât intimitatea camerei e mai formidabilă, dar şi mai răsfrântă asupra el însuşi. Tendinţa actuală de a înmulţi deschiderile şi pereţii transparenţi merge în sens invers. (Pe lângă acestea, toate trucajele pe care le permite oglinda sunt împotriva exigenţei actuale de transparenţă a materialului.) Cercul a fost spart, şi trebuie să recunoaştem în ordinea modernă o logică reală când elimină, în acelaşi timp cu sursele de lumină centrale sau prea vizibile, oglinzile care le reflectau, cu alte cuvinte orice centru şi-brice întoarcere la centru în mod simultan, eliberând astfel spaţiul de strabismul de convergenţă care făcea decorul să se uite cruciş la el însuşi, precum conştiinţa burgheză6.

Paralel cu oglinda a mai dispărut ceva: portretul de familie, fotografia de nuntă din dormitor, portretul în picioare sau până la brâu al proprietarului din salon, fotografia copiilor pusă în ramă mai peste tot. Toate acestea constituie oarecum oglinda diacronică a familiei, dar dispar odată cu oglinzile reale, la un anumit nivel de modernitate (a cărei difuzare e încă relativ modestă). Chiar şi opera de artă, originală sau în reproduceri, nu mai apare ca o valoare absolută, ci la modul combinatoriu. Succesul gravurii în decoraţia interioară, ea fiind preferată tabloului, se explică printre altele prin mai mica ei valoare

absolută, aşadar printr-o mai mare valoare asociativă. După modelul lămpii sau al oglinzii, niciun obiect nu trebuie să redevină un punct focal intens.

Ceasul de perete şi timpul

Un alt miraj dispărut din interiorul modern: cel al timpului. S-a pierdut un obiect esenţial: orologiul sau pendula. Să ne reamintim că dacă centrul camerei ţărăneşti de locuit e focul şi căminul, ceasul de perete e şi el un element viu, plin de măreţie. În interiorul burghez sau mic burghez, el devine o pendulă care, adesea, e aşezată pe căminul de marmoră, la rândul lui dominat de oglindă – toate acestea formând rezumatul simbolic cel mai extraordinar al spiritului domestic burghez. Aceasta pentru că ceasul de perete e, în timp, echivalentul oglinzii în spaţiu. Tot aşa cum legătura cu imaginea din oglindă instituie o delimitare şi un fel de proiectare spre interior a spaţiului, orologiul e, în mod paradoxal, simbolul permanenţei şi al proiectării spre interior a timpului. Ceasurile de perete rustice fac parte dintre obiectele cele mai căutate: aceasta pentru că sunt tot ce poate fi mai liniştitor ca prezenţă, deoarece captează timpul în intimitatea unei piese de mobilier, fără cea mai mică eroare. Cronometria e înfricoşătoare când ne introduce în obligaţiile sociale, însă ne aduce siguranţă când face din timp o substanţă, decupându-l ca pe un obiect de consum. Fiecare dintre noi şi-a dat cândva seama cât de multă intimitate poate conferi unui loc tic-tacul unei pendule sau al unui ceas de perete: acest tic-tac îl face să semene cu interiorul propriului nostru trup. Orologiul e o inimă mecanică ce ne face să fim liniştiţi în ce priveşte propria noastră inimă. Tocmai acest proces de infuzare şi de asimilare a substanţei temporale, această prezenţă a duratei, sunt respinse de ordinea modernă – exterioritate, spaţiu şi relaţii obiective –, ca şi celelalte centre de involuţie.

SPRE O SOCIOLOGIE A ARANJĂRII?

Întregul univers al *Stimmung*—ul*m* a dispărut, ca şi cel al unisonului „natural” dintre mişcările sufletului şi

prezenţa lucrurilor: ambianţa interiorizată (în opoziţie cu ambianţa exteriorizată a „interioarelor" moderne), în zilele noastre, valoarea nu mai constă în apropiere sau intimitate, ci în informaţie, invenţie, control, disponibilitate continuă faţă de mesajele obiective – ea se află în calculul sintagmatic, ce întemeiază în mod propriu discursul locatarului modern.

Concepţia decorării s-a schimbat şi ea cu totul. Gustul tradiţional, care era o determinare a frumosului prin afinităţi ascunse, nu mai intervine în ea. Acest gust era expresia unui discurs poetic, o evocare de obiecte închise asupra lor însele, ce-şi răspundeau: în zilele noastre, obiectele nu-şi mai răspund unul altuia, ci comunică – nu mai reprezintă o prezenţă aparte ci, în cel mai bun caz, o coerenţă de ansamblu, rezultat al simplificării lor ca elemente ale unui cod şi ca o calculare a raporturilor dintre ele. Omul poartă un discurs structural cu ele, într-o artă combinatorie nesfârşită.

Publicitatea valorifică pretutindeni această nouă modalitate a decorării: „Faceţi-vă un apartament din trei camere, plăcut şi coerent, pe 30 ni2!" „înmulţiţi-vă apartamentul cu 4!" într-un mod mai general, ea vorbeşte de interioare şi de mobilare în termeni de „problemă" şi de „rezolvare" a acesteia. Sensul actual al decorării stă tocmai acolo, mai degrabă decât în „gust": nu mai e vorba de a face să funcţioneze un teatru de obiecte sau de a crea o atmosferă, ci de a rezolva o problemă, de a da răspunsul cel mai subtil la nişte date încurcate, de a mobila un spaţiu.

La nivelul obiectelor de serie, posibilitatea acestui discurs funcţiona] e redusă. Obiectele şi mobilele sunt elemente dispersate, a căror sintaxă nu e precizată: în măsura în care avem de a face cu un calcul al aranjării, e vorba de un calcul al penuriei, iar obiectele apar sărace în propria lor abstracţie. Această abstracţie e totuşi necesară: tocmai ea întemeiază, la nivelul modelului, omogenitatea termenilor jocului funcţional. Trebuie ca, mai întâi, omul să înceteze de a se amesteca cu lucrurile şi

de a le valorifica aşa cum face cu el însuşi, pentru a putea, mai apoi, să proiecteze asupra lor un joc, un calcul sau un discurs ce depăşesc condiţiile de utilizare, şi să valorifice tocmai acest joc ca pe un mesaj adresat celorlalţi, şi de asemenea sieşi. În acest stadiu, modul de existenţă a obiectelor „ambiante" se schimbă cu totul, iar *sociologia mobilei cedează locul unei sociologii a aranjării*.

Imaginea şi discursul publicitar poartă mărturia evoluţiei: discursul prin faptul că aduce pe scenă în mod direct subiectul ca pe un actor sau manipulator, la indicativ sau la imperativ; iar imaginea omiţându-i, dimpotrivă, prezenţa, deoarece ar fi cumva anacronică. Discursul pune ordine în lucruri, o ordine ce exclude redundanţa: omul nu mai are nimic de făcut decât să dispară din imaginea lucrurilor. Prezenţa lui e exercitată. El nu instituie un decor, ci un spaţiu; iar dacă figura proprietarului era firească în decorul tradiţional, pe care-l conota în modul cel mai limpede, semnătura lui e, dimpotrivă, străină unui spaţiu „funcţional".

OMUL CE ARANJEAZĂ LUCRURI

Întrezărim noul tip de locatar ce se propune ca model. „Omul care aranjează" nu e nici proprietar, nici simplu utilizator, ci un agent informator activ al ambianţei. El dispune de spaţiu ca de o structură de distribuire, iar prin controlarea spaţiului deţine toate posibilităţile de relaţii reciproce şi, prin urmare, totalitatea rolurilor pe care le pot asuma obiectele. (E nevoie aşadar că şi el să fie „funcţional", omogen spaţiului, dacă vrea ca mesajele de aranjare să poată pleca de la el.) Nu posedarea obiectelor sau bucuria de a le avea îl interesează, ci răspunderea pe care o are, în sensul posibilităţii permanente de a da „răspunsuri". Întreaga lui practică e una de exterioritate. Locatarul modern nu „consumă" obiecte. („Gustul" acestora nu mai are nicio importanţă; în cele două sensuri ale cuvântului, el trimite la obiecte închise asupra lor, a căror formă conţine, ca să spunem aşa, o substanţă „comestibilă" care le permite să fie interiorizate.) El le stăpâneşte, le controlează, le ordonează, regăsindu-le în

manipularea şi în echilibrul tactic al sistemului.

În modelul acestui locatar „funcţional” apare o abstracţie evidentă. Publicitatea vrea să ne facă să credem că, de fapt, omul modern nu mai are *nevoie* de obiecte, şi că nu are altceva de făcut decât să practice cu ele nişte operaţiuni, ca un tehnician inteligent al comunicării. Mediul înconjurător e însă un mod de existenţă *trăit*; facem prin urmare o abstracţie însemnată dacă îi aplicăm modele de estimare numerică şi de informaţie luate din domeniul tehnicii pure. De altfel, acest joc obiectiv se dublează cu un lexic ambiguu: „după gustul dumneavoastră”, „personalizare”, „această ambianţă va fi a dumneavoastră” etc, ce pare a-l contrazice, dar care, de fapt, îi serveşte ca alibi. Jocul obiectiv ce i se propune omului ce aranjează e mereu reluat în jocul dublu al publicităţii. Cu toate acestea, însăşi logica acestui joc pune în evidenţă imaginea unei strategii generale a relaţiilor umane, a unui proiect uman, al unui *modus vivendi*** al erei tehnice – adevărată schimbare de civilizaţie ale cărei aspecte se pot descifra până şi în viaţa cotidiană.

Obiectul: un figurant umil şi receptiv, un fel de sclav psihologic şi de confident – iată cum a fost el trăit în viaţa cotidiană tradiţională, şi ilustrat de întreaga artă occidentală, până în zilele noastre. Acel obiect a fost reflexul unei ordini totale, legată de o concepţie bine definită despre decor şi perspectivă, despre substanţă şi formă. În această concepţie, forma e demarcarea absolută între interior şi exterior. E un conţinător fix, în vreme ce interiorul e o substanţă. Pe lângă funcţia lor practică, obiectele – şi în mod deosebit mobilele – au şi o funcţie primordială de vas, care ţine de imaginar8. Receptivitatea lor psihologică se referă tocmai la ea. În acest fel, obiectele sunt imaginea unei întregi viziuni a lumii, în care fiecare fiinţă e concepută ca un „vas de interioritate”, iar relaţiile – ca nişte corelaţii transcendente între substanţe –, casa însăşi fiind echivalentul simbolic al trupului uman, a cărui puternică schemă organică se generalizează într-o schemă ideală de integrale a structurilor sociale. Toate

acestea alcătuiesc un mod total de viaţă, a cărui ordine fundamentală e cea a Naturii, ca substanţă originară din care decurg valorile. În crearea sau fabricarea de obiecte, omul devine transsubstanţiator al naturii, prin impunerea unei forme care e cultura: schema originară a creativităţii e filiaţia substanţelor din epocă în epocă, din formă în formă: creaţie *ab utero** * **, cu întreaga simbolică poetică şi metaforică ce o însoţeşte9. Astfel, deoarece sensul şi valoarea decurg din transmiterea ereditară a substanţelor sub jurisdicţia formei, lumea e trăită ca şi dată (ca de pildă în inconştient sau în vârsta copilăriei), iar proiectul constă în dezvăluirea şi perpetuarea ei. Iar acum forma circumscrie obiectul, o parcelă din natură e inclusă în el, ca-n corpul omenesc: obiectul e fundamental antropomorfic. Şi astfel omul e legat de obiectele ambiante prin aceeaşi intimitate viscerală (păstrând porporţiile) prin care e legat de organele propriului său corp, în vreme ce „proprietatea" obiectului tinde mereu, virtual, la recuperarea acestei substanţe prin anexare orală şi „asimilare".

Ceea ce putem întrevedea în zilele noastre, în interioarele moderne, e sfârşitul ordinii Naturii; de asemenea, prin distrugerea formei şi anihilarea limitei formale interior/exterior, ca şi a întregii dialectici complexe a fiinţei şi a aparenţei care era legată de ea, o nouă calitate de relaţie şi de răspundere obiectivă. Proiectul trăit al unei societăţi tehnice înseamnă punerea sub semnul întrebării a ideii înseşi de Geneză, cu alte cuvinte omiterea începuturilor, a sensului dat şi a „esenţelor" pe care bunele mobile străvechi le simbolizau concret – o evaluare şi o conceptualizare practică pe baza unei abstracţii totale: ideea unei lumi care nu e dată, ci produsă – stăpânită, manipulată, inventariată şi controlată: *dobândită10*.

Această ordine modernă, specific diferită de ordinea tradiţională de procreare, se referă şi ea, cu toate acestea, la o ordine simbolică, fundamentală. Dacă civilizaţia anterioară, bazată pe ordinea naturală a substanţelor,

poate fi pusă în legătură cu structuri orale, în ordinea modernă a producţiei, a calculului şi a funcţionalităţii, apare o ordine falică, ce trebuie legată de o încercare de depăşire, de transformare a concretului, de înălţare spre structuri obiective – dar şi o ordine a fecalităţii, bazată pe abstracţie, pe o chintesenţă ce vizează să pună în mişcare o materie omogenă; pe calcul şi pe decuparea materiei, pe o întreagă agresivitate anală sublimată în joc, în discurs, în ordine, în clasificare, în distribuire.

Organizarea lucrurilor, chiar şi atunci când se pretinde obiectivă în efortul tehnic, e întotdeauna, în acelaşi timp, un registru puternic de proiectare şi de implicare a subiectului. Cea mai bună dovadă a acestui fapt e obsesia care, adesea, bântuie în spatele proiectului de organizare, în cazul nostru în spatele voinţei de aranjare; toate lucrurile trebuie să comunice între ele, totul trebuie să fie funcţional – nu mai există niciun secret, niciun mister, totul poate fi organizat, prin Urmare totul e limpede. Nu mai avem de-a face cu obsesia gospodăriei tradiţionale: fiecare lucru are un loc, iar curăţenia trebuie să domnească pretutindeni. Această obsesie era morală, a noastră e funcţională. Ea poate fi explicată dacă o legăm de funcţia de fecalitate, care presupune conductibilitatea absolută a organelor interne. În ea putem găsi o ştiinţă a caracterului civilizaţiei tehnice: dacă ipohondria e Obsesia circulaţiei substanţelor şi a funcţionalităţii organelor primare, omul modern, adică ciberneticianul, ar putea fi calificat drept un ipohondru cerebral, obsedat de circulaţia absolută a mesajelor.

1 Pot avea de altfel şi gusturi, sau un anume stil, şi de asemenea pot să nu aibă nimic din toate acestea.

2 Trebuie însă să ne întrebăm dacă tocmai prin aceasta individul nu intră în relaţie, prin obiecte, cu societatea globală. În legătură cu aceasta, v. *Modele şi serii*.

3 în acelaşi fel, revoluţia burgheză şi industrială îl eliberează pe individ de implicaţiile religioase, morale şi familiale: individul ajunge la o libertate de drept, ca om;

dar şi la o libertate de fapt, ca forţă de muncă: cu alte cuvinte la libertatea de a se vinde ca atare. În acest fapt nu avem de-a face cu o coincidenţă, ci cu o corelaţie adâncă. Obiectul „funcţional” de serie, ca şi individul social, sunt eliberate în obiectivarea lor „funcţională”, şi nu în singularitatea şi totalitatea lor de obiect sau de persoană.

4 Aşadar la un nivel privilegiat. De altfel, apare o problemă sociologică şi socială prin faptul că un grup restrâns are libertatea concretă de a se exprima prin obiectele şi mobilele ce-i aparţin ca model în ochii unei întregi societăţi. Vom discuta această problemă în *Modele şi serii*.

5 O revistă consacrată mobilelor de serie e de neconceput: pentru serii avem doar cataloage.

— *Standing* (engl.): situaţie, poziţie, nivel de viaţă, rang, prestigiu social. Prin exces de utilizare, îndeosebi în publicitate, cuvântul evocă mai degrabă un bun confort obişnuit decât prestigiul sau luxul.

6 Uneori oglinda îşi face reapariţia, dar la modul cultural baroc, ca obiect secund. E cazul oglinzii romantice, al oglinzii vechi, al celei convexe. Funcţia ei nu mai e aceeaşi; o vom analiza în continuare, în cadrul obiectelor vechi.

** *Stimmung* (germ.): stare de spirit, dispoziţie sufletească.

7 Barthes descrie această nouă fază în analiza automobilului: „Uniformitatea modelelor pare a comanda însăşi ideea performanţei tehnice: conducerea normală devine astfel un câmp de posibilităţi în care pot fi investite fantasme de putere şi de invenţie. Maşina îşi transmite puterea de a crea fantasme unui anumit corp de practici. Cum obiectul însuşi nu mai poate fi creat, vom crea conducerea… Visul omului nu mai e solicitat de formele şi funcţiile maşinii, ci de manevrarea ei; în curând va trebui, poate, să scriem nu o mitologie a automobilului, ci una a conducerii” (*Rialith*, nr. 213, oct. 1963).

* * * *Modus vivendi* (lat.): mod de a trăi, fel de viaţă.

8 Legea dimensiunii pare totuşi a-şi spune cuvântul

în organizarea simbolică: dincolo de o anumită mărime, orice obiect, chiar şi cel cu destinaţie falică (automobil, rachetă), devine receptacul, vas, uter; dincoace de o anumită mărime e penian (chiar dacă e vorba de un vas sau de un bibelou).

Ab utero (lat): din pântecul matern. Prin extensie: de la începuturi, de la origini.

9 Producţia intelectuală şi artistică, sub aspectul ei tradiţional de înzestrare, inspiraţie, geniu a fost întotdeauna doar echivalentul acesteia.

™ Acest model de practică nu apare de altfel în mod clar decât la un înalt nivel tehnologic, sau la nivelul unor obiecte cotidiene foarte evoluate: magnetofoane, automobile, aparate menajere în care raportul de stăpânire şi de distribuire e indicat de cadrane, tablouri de bord, butoane de comandă etc. în general însă, viaţa cotidiană actuală e încă larg determinată de o practică tradiţională.

n. STRUCTURILE DE AMBIANŢA

Aranjarea, care rezumă aspectul de organizare a mediului cotidian, nu epuizează, cu toate acestea, sistemul interiorului modern, care se bazează pe o opoziţie: cea dintre *aranjare* şi *ambianţă*. Imperativului tehnic al aranjării i se adaugă, în discursul publicitar, imperativul cultural al ambianţei. Ambele structurează o practică unică şi sunt două aspecte ale aceluiaşi sistem *funcţional*. Şi în unul şi în celălalt se manifestă valori de joc şi de calcul: calculul funcţiilor în ce priveşte aranjarea, calculul culorilor, al materialelor, al formelor şi al spaţiului în ce priveşte ambianţa.1

VALORILE DE AMBIANŢĂ: CULOAREA

Culoarea tradiţională în mod tradiţional, culoarea e încărcată cu aluzii psihologice şi morale. Ne place o anume culoare, fiecare are culoarea lui. De asemenea, culoarea poate fi impusă: de evenimente, ceremonii, rolul social. Poate fi, de asemenea, apanajul unei materii: lemn, piele, pânză, hârtie. Dar, îndeosebi, ea e definită de propria-i formă: nu caută alte culori, nu e o valoare liberă. Tradiţia supune culoarea semnificaţiei interioare şi demarcării prin

linii. Chiar şi în ceremonialul mai liber al modei, culoarea îşi câştigă sensul în afara ei înseşi: e metafora unor semnificaţii culturale indexate. La nivelul cel mai modest, simbolica culorilor se pierde în psihologie: roşul e semnul pasiunii agresive, albastrul semnul seninătăţii, galbenul al optimismului etc; limbajul culorilor se întâlneşte astfel cu cel al florilor, al viselor şi al semnelor zodiacului.

Acest stadiu tradiţional e stadiul culorii negată ca atare şi refuzată ca valoare plenară. Interiorul burghez o reduce de altfel cel mai adesea la discreţia „tonalităţilor" şi a „nuanţelor". Gri, mov, roşu închis, bej, toate aceste nuanţe sunt atribuite catifelei, cearşafurilor, mătăsurilor, întregii game de stofe, perdele, covoare, tapiţerii, şi de asemenea substanţelor grele şi formelor „de stil": în toate avem de-a face cu un refuz moral al culorii, precum şi al spaţiului. Dar îndeosebi al culorii: prea spectaculoasă, ea constituie o ameninţare pentru interior. Lumea culorilor se opune lumii valorilor, iar lucrurile „şic" sunt cele în care aparenţele se estompează în folosul fiinţei2: negru, alb, gri, gradul zero al culorii – în ele ne e dată paradigma demnităţii, a refulării şi de asemenea a standingului moral.

*Culoarea „na**turală".***

Puternic culpabilizată, culoarea nu-şi va sărbători eliberarea decât foarte târziu: automobilelor şi maşinilor de scris le va trebui generaţii întregi pentru a nu mai fi negre, iar frigiderelor şi chiuvetelor încă şi mai mult pentru a nu mai fi albe. Culoarea va fi eliberată prin pictură, dar va trebui multă vreme pentru ca acest lucru să se manifeste în viaţa cotidiană: fotolii roşu aprins, divanuri albastre ca cerul, mese negre, bucătării policrome, camere de zi în două sau trei tonuri, pereţi în culori contrastante, faţade albastre şi roz, ca să nu mai vorbim de lenjeria de corp mov şi neagră: eliberare legată în mod evident de distrugerea unei ordini globale. De altfel, ea e contemporană cu eliberarea obiectului funcţional (apariţia materiilor de sinteză: polimorfe, şi a obiectelor netradiţionale: polifuncţionale). Dar lucrurile nu se desfăşoară fără probleme: deoarece culoarea se afişează

ca atare, e repede percepută ca fiind agresivă: modelele o resping şi revin bucuros la inferioritatea unor nuanţe discrete, atât în îmbrăcăminte cât şi la stofele ce îmbracă mobilierul. Există un fel de obscenitate a culorii, pe care modernitatea pare a o privi ca pe o pură funcţionalitate, după ce a exaltat-o, aşa cum a făcut cu distrugerea formelor. Nicăieri munca nu trebuie să se lase văzută, aşa cum nici instinctul nu trebuie să izbucnească: unitatea contrastelor şi reîntoarcerea culorilor la condiţia lor „naturală", în contrast cu „afectarea" lor violentă, reflectă tocmai acest compromis la nivelul modelelor. La nivelul seriei, dimpotrivă, culoarea vie e trăită întotdeauna ca semn al emancipării; de fapt, ea compensează adesea lipsa calităţilor fundamentale (în mod special lipsa de spaţiu). Discriminarea e netă: legate de domeniul primar, de obiectele funcţionale şi de materiile de sinteză, culorile vii, „vulgare" vor predomina în interioarele de serie. Vor participa, astfel, de la aceeaşi ambiguitate ca şi obiectul funcţional: după ce şi-au reprezentat ceva ca pe o eliberare, şi una şi celălalt devin semne – curse în care poţi cădea, alibiuri în care suntem invitaţi să vedem o libertate pe care nu ne e dat să o trăim.

De altfel – şi aici e paradoxul – aceste culori cinstite, „naturale", nu sunt câtuşi de puţin astfel; ele nu fac decât să ne amintească faptul că starea naturală e de acum imposibilă – de unde agresivitatea şi naivitatea lor, şi de asemenea, foarte repede, fuga lor într-o ordine care, deşi nu e ordinea morală tradiţională a refuzului culorii, nu e mai puţin o ordine puritană de compromis cu natura: *ordinea pastelului*. Domnia pastelului. Haine, maşini, săli de baie, aparate electromenajere, materiale plastice: nicăieri, la drept vorbind, nu domneşte culoarea „cinstită", aşa cum s-a eliberat ca o foiţă vie în pictură, ci culoarea pastelizată, care pretinde că e culoare vie, dar care nu e decât semnul moralizat al acesteia.

Cu toate acestea, cele două compromisuri: fuga în alb şi negru, ca şi fuga în pastel, nu exprimă în acelaşi sistem respingerea culorii pure ca expresie directă a

pulsiunilor, chiar dacă o fac deopotrivă. Primul compromis se sistematizează într-o paradigmă alb/negru de ordin net moral şi antinatural. al doilea – într-un registru mai larg, ce se întemeiază *nu pe antinatură*, *ci pe naturalitate*. În acelaşi timp, cele două sisteme nu mai au aceeaşi funcţie. Negrul (griul) mai are şi în zilele noastre valoare de distincţie, de cultură, opunându-se întregii game a culorilor vulgare3. Cât priveşte albul, el domină încă evident în sectorul „organic”. Baia, bucătăria, cearşafurile, lenjeria, tot ce e prelungire imediată a corpului uman e promis albului, de multe generaţii: culoare chirurgicală, virginală, care îndepărtează trupul de intimitatea primejdioasă cu el însuşi, şi care estompează pulsiunile. Tot în acest sector exigent al curăţeniei şi al lucrărilor primare au luat un mare avânt şi s-au impus materialele sintetice, metalul uşor, formica, nailonul, plastifexul, aluminiul etc. Desigur, uşurinţa şi eficacitatea practică a acestora contează mult. Dar această comoditate face mai mult decât să uşureze munca: ea depreciază ca valoare întregul sector primar. Formele simplificate, fluide ale frigiderelor sau ale altor aparate casnice, materialul uşor din care sunt confecţionate (plastic sau artificial) se aseamănă albului ca unui grad nemarcat al prezenţei acestor obiecte, ce pune în evidenţă profunda omisiune, în conştiinţa noastră, a răspunderii ce se leagă de ele şi a funcţiilor niciodată nevinovate ale trupului. Puţin câte puţin, culoarea apare şi aici, dar rezistenţele sunt puternice. În orice caz, în faţa bucătăriilor albastre sau galbene, ori a băilor roz (sau chiar negre: negrul „snob” e o reacţie la albul „moral”), ne putem întreba la ce natură trircit aceste culori. Chiar dacă nu trec în pastel, ele conotează o natură ce-şi are propria-i istorie: a timpului liber şi a vacanţelor.

Nu natura „adevărată” transfigurează ambianţa cotidiană, ci vacanţa, acest simulacru al naturii, revers al vieţii cotidiene ce nu se hrăneşte din natură, ci cu *ideea de natură*; vacanţa e modelul ce-şi trimite culorile în domeniul cotidianului primar. De altfel, tocmai în surogatul de mediu

înconjurător natural care e vacanţa (caravana, cortul, accesorile), trăit ca model şi câmp al libertăţii, s-a afirmat iniţial tendinţa spre culori vii, spre plasticitate, spre practica efemeră a aparenţelor etc. Am început prin a ne muta casa în natură şi am sfârşit prin a ne implanta acasă valori de timp liber şi ideea de natură. Avem de-a face cu un fel de fugă a obiectelor în timpul liber: libertatea şi lipsa de răspundere se înscriu în acelaşi timp în culoarea şi în caracterul tranzitiv şi insignifiant al materiei şi al formelor.

Culoarea „funcţională”.

După scurte episoade de eliberare violentă (îndeosebi în artă, dar în domeniul cotidian destul de timid, cu excepţia sectorului comercial, în care prostituţia culorii e un mobil profund), culoarea eliberată e reluată, de îndată, într-un sistem *în care natura nu mai contează decât ca naturalitate*, ca o conotaţie a naturii, în spatele căreia valorile instinctuale continuă să fie subtil depreciate. Şi totuşi, însăşi abstracţia culorilor „libere” face ca ele să fie în sfârşit libere pentru joc: în zilele noastre, la nivelul modelelor, culoarea se orientează tocmai spre acest stadiu – stadiul culorii ca valoare de ambianţă. Avem de-a face deja cu prefigurarea unui astfel de joc de „ambianţă” în culorile timpului liber, dar ele se referă încă prea mult la un sistem trăit (vacanţa, viaţa cotidiană primară), suferă încă de constrângeri exterioare. În sistemul ambianţei, dimpotrivă, culorile nu mai ascultă decât de propriul lor joc, se eliberează de orice constrângere şi de orice morală, ca şi de orice natură, şi nu mai răspund decât unui imperativ: calculul de ambianţă.

La drept vorbind, nu mai avem de-a face cu culori, ci cu valori mai abstracte: tonuri, tonalităţi. Combinarea, asortarea şi contrastul tonalităţilor constituie adevărata problemă a ambianţei în materie de culoare. Albastrul se poate asocia cu verdele (toate culorile se pot combina), însă anumite nuanţe de albastru numai cu anumite nuanţe de verde, şi atunci avem de-a face nu cu o problemă de albastru sau de verde, ci *de cald sau de rece*. Simultan,

culoarea nu mai e un mijloc de a sublinia obiectele şi de a le izola în decor: culorile sunt plaje opuse, tot mai puţin valorificate în calitatea lor sensibilă, adesea disociată de propria lor formă; o cameră de locuit va fi „ritmată" de diferenţele lor de ton. Tot aşa cum mobilele din bucăţi îşi pierd funcţia specifică, definindu-se, la limită, doar prin poziţia lor în mişcare, culorile îşi pierd valoarea unică şi devin relative unele faţă de altele, şi de asemenea faţă de ansamblu: lucru pe care îl înţelegem când spunem că sunt „funcţionale".

— „Structura scaunelor a fost colorată în aceeaşi tonalitate cu pereţii, în vreme ce tonalitatea zugrăvelii poate fi regăsită în tapiserii. Acord între tonurile reci, alb impur şi albastru; câteva accente aduc însă un contrapunct cald; cadrul aurit al oglinzii Ludovic al XVI-lea, lemnul sclipitor al mesei, parchetul şi covorul subliniate în roşu aprins... Roşul stabileşte un fel de curent ascendent: roşul covorului, cel al scaunului, apoi cel al pernei, curent ce se opune curentului descendent al albastrului: tapiserii, canapele, fotolii" (Betty Pepys, *Le Guide pratique de la decoration*, p. 163).

— „Fond neutru alb mat tăiat de mari suprafeţe albe pe tavan. Acest alb şi acest albastru se regăsesc în lanţul decorativ: masă de marmoră albă, perete-ecran... Un accent cald: uşile de culoare roşu aprins ale mobilei joase de aranjare. Ne aflăm de fapt în faţa unui volum tratat în culori nete, lipsit de tonuri blânde sau de nuanţe (întreaga căldură a fugit în tabloul din stânga), dar echilibrat graţie unor largi zone albe" (p. 179) etc. „Mica grădină tropicală interioară e ritmată, şi în acelaşi timp protejată de o dală de sticlă acoperită cu smalţ negru". (Să reţinem că albul şi negrul nu mai au nimic din valoarea lor tradiţională; ambele culori ies din opoziţia alb/negru şi primesc valoare tactică în gama întinsă a tuturor culorilor.) Dacă, în continuare, suntem deschişi la acest sfat: „Alegeţi cutare sau cutare culoare după cum peretele casei dumneavoastră e mare sau mic, deschis de mai multe uşi sau de mai puţine; după cum mobila dumneavoastră e

veche sau modernă, făcută din lemn venit din Europa sau exotic; sau pentru alte motive precise…” (p. 191), reiese cu limpezime că acest al treilea stadiu e stadiul obiectivităţii culorii: vorbind strict, aceasta nu mai e decât un fapt mai mult sau mai puţin complex, printre multe altele, un element al unei rezolvări. Încă o dată, ea e „funcţională” tocmai din acest motiv: e redusă la un concept abstract într-un calcul.

Caldul şi recele

„Ambianţa” se bazează, în materie de culori, pe echilibrul calculat dintre tonurile calde şi reci. Aceasta e o opoziţie semnificativă fundamentală, împreună cu altele (elemente/scaune, aranjare/ambianţă), ea contribuie la asigurarea unei mari coerenţe în sistemul discursiv al mobilării, şi la promovarea lui ca o categorie directoare a sistemului global al obiectelor. (Vom vedea că această coerenţă nu e, poate, decât una a discursului de suprafaţă, sub care un discurs latent îşi desfăşoară fără încetare contradicţiile.) Ca să revenim la căldura tonurilor calde, nu e vorba de o căldură a încrederii, a intimităţii, a afecţiunii, de o căldură organică ce emană din culori şi substanţe. Aceasta din urmă avea propria ei densitate, şi nu avea nevoie de tonuri reci pentru a li se opune în mod semnificativ. Astăzi însă ne trebuie tonuri calde *şi* tonuri reci, pentru a face să apară în fiecare ansamblu interferenţa cu structura şi cu forma. Când citim: „Căldura materialelor conferă intimitate acestui birou bine organizat”, sau: „Uşi de palisandru din Brazilia, dat cu un ulei mat, tăiate de clanţe din metal cromat… Scaune acoperite cu skai dexuloarea tutunului, care le asortează foarte bine cu acest ansamblu sever şi cald”, vedem cum căldurii i se opune, pretutindeni, un fel de rigoare, de organizare, de structură, fiecare „valoare” apărând din contrastul a doi termeni. Căldura „funcţională” nu mai e degajată de o substanţă caldă, nici de vecinătatea armonioasă a anumitor obiecte: ea va lua naştere din alternanţa sistematică şi din sincronia abstractă a veşnicului „cald – şi – rece”, în care „caldul” e lăsat pe mai

târziu, fără sfârşit. E o căldură *semnificată*, care tocmai din acest motiv nu se realizează niciodată. Ceea ce o caracterizează e lipsa oricărei surse de căldură.

VALORILE DE AMBIANŢĂ: MATERIALUL

Lemn natural, lemn cultural

Această analiză se potriveşte şi materialelor. Lemnul de exemplu, atât de căutat în zilele noastre, dintr-o nostalgie afectivă, căci îşi ia substanţa din pământ, respiră, „lucrează". Are căldura lui latentă, şi face mai mult decât să reflecteze, precum sticla: arde pe dinăuntru; păstrează timpul în fibrele lui şi e conţinătorul ideal, deoarece, într-un fel, orice conţinut e ceva pe care vrem să-l sustragem timpului. Lemnul are propriu-i miros; îmbătrâneşte, ba are chiar şi paraziţi proprii etc. Pe scurt, acest material e o fiinţă. Iată imaginea „marelui stejar" ce vieţuieşte în fiecare dintre noi, evocând generaţii succesive, mobile masive şi case de familie. „Căldura" lemnului (şi de asemenea cea a pietrei tăiate, a pielii naturale, a pânzei neprelucrate, a aramei bătută cu ciocanul etc. – toate fiind elemente ale unui vis material şi matern, ce alimentează în zilele noastre o nostalgie a luxului) îşi mai păstrează însă sensul?

În prezent, practic toate materiile organice sau naturale şi-au găsit un echivalent funcţional în substanţe plastice şi polimorfe4: lâna, bumbacul, mătasea sau inul şi-au găsit înlocuitorul universal în nailon sau în nenumăratele lui variante. Lemnul, piatra şi metalul cedează locul betonului, formicii şi polistirenului. Problema nu e de a renega această evoluţie şi de a ne lăsa în voia unei visări ce idealizează substanţa călduroasă şi pătrunsă de umanitate a obiectelor de altă dată. Opoziţia substanţe naturale / substanţe de sinteză, ca şi opoziţia culoare tradiţională / culoare vie, e doar o opoziţie morală. În mod obiectiv, substanţele sunt ceea ce sunt: nu există unele adevărate şi altele false, unele naturale şi altele artificiale. De ce betonul ar fi mai puţin „autentic" decât piatra? Vechi materii sintetice, precum hârtia, sunt percepute ca fiind absolut naturale, iar sticla e una dintre

materiile cele mai bogate ce există. La drept vorbind, nu există nobleţe ereditară a materiei decât pentru o ideologie culturală analoagă celei a mitului aristocratic în ordinea umană, iar această prejudecată culturală dispare şi ea cu timpul.

Important e să vedem, în afara perspectivelor imense pe care aceste noi materii le-au deschis practicii, prin ce au modificat ele „sensul" materialelor.

Tot aşa cum trecerea la tonalităţi (calde, reci sau intermediare) semnifică, în domeniul culorilor, o îndepărtare de statutul moral şi simbolic şi o abstractizare care face posibilă sistematica şi jocul, fabricarea materialelor de sinteză semnifică, în domeniul materiei, despărţirea de simbolismul natural şi trecerea la polimorfism – grad de abstracţie superioară, în care devine posibil jocul asocierii universalee a materiilor –, prin urmare depăşirea opoziţiei formale materii naturale / materii artificiale: nu mai există diferenţă „de natură" între peretele izolator de sticlă sau lemn, între betonul brut şi pielea neprelucrată: fie că reprezintă valori „calde" sau valori „reci", toate sunt, cu egală îndreptăţire, materiale-elemente. Aceste materiale, în ele însele disparate, sunt omogene ca semne culturale şi pot fi instituite într-un sistem coerent. Însăşi abstracţia lor ne permite să le combinăm după voia inimii5.

Logica ambiantei

Culori, substanţe, volume, spaţiu, un întreg „discurs al ambianţei", ce afectează în acelaşi timp toate elementele ei, printr-o mare remaniere sistematică: deoarece mobilele au devenit elemente mobile într-un spaţiu descentralizat, având de acum încolo o structură mai uşor de asamblat şi de furniruit, avem nevoie de un lemn mai „abstract": tec, acaju, palisandru sau lemn scandinav. 6 Şi iată că acest lemn şi-a pierdut culoarea tradiţională, ce apare în variante de tot felul: mai închise, mai deschise, adesea lăcuite sau intenţionat „brute", nu are nicio importanţă: asemenea materialului culoarea e abstractă, făcând obiectul unei manipulări mentale, ca şi

întreg restul. Astfel, întregul mediu înconjurător modern devine, în bloc, un sistem de semne: ambianţa, care nu e rezultatul unei tratări deosebite a unui element. Şi nici al frumuseţii sau urâţeniei acestuia. Aşa ceva era valabil într-un sistem incoerent şi subiectiv al gesturilor şi culorilor, „despre care nu se discută”. În sistemul coerent actual, reuşita unui ansamblu se află la nivelul constrângerilor de abstracţie şi de asociere. Fie că ne place sau nu lemnul de tec, trebuie să admitem că există o coerenţă între acest lemn şi organizarea elementelor, între nuanţa tecului şi suprafaţa plană, prin urmare între lemn şi un anumit „ritm” al spaţiului etc, şi că toate acestea constituie legea sistemului. Până şi obiectele vecin sau mobilierul rustic făcut exclusiv din lemn, ba chiar şi bibeloul preţios sau artizanal intră în joc, confirmând posibilităţile nelimitate ale integrării abstracte. Proliferarea lor actuală nu e în contradicţie cu sistemu17: ele pătrund în el întocmai ca şi materiile şi culorile cele mai „moderne” – ca elemente de ambianţă. Doar judecata tradiţională, făcută pe fond de naivitate, poate socoti incoerentă întâlnirea dintre un cub futurist din metal brut şi lemnul uşor putrezit al unei statui din secolul al XVI-lea, pe un cufăr din tec dat cu furnir. *Atâta doar că nu mai avem de-a face cu coerenţa naturală a unei unităţi a gustului, ci cu coerenţa unui sistem cultural de semne*. Chiar şi o piesă „provensală” sau un salon Ludovic al XVI-lea autentic confirmă zadarnica nostalgie de a scăpa din sistemul cultural contemporan: şi una şi celălalt se găsesc tot atât de departe de „stilul” pe care şi-l revendică ca şi orice masă de formica sau orice scaun din skai şi fier forjat. Bârna ce susţine tavanul e la fel de abstractă ca şi tubul cromat sau peretele de sticlă Emauglas. Ceea ce nostalgicul ia drept totalitatea autentică a obiectului nu e decât o variantă combinatorie, fapt semnalat de limbaj prin termenii de „ansamblu” rustic sau „stil”. Termenul de „ansamblu”, corelat cu cel de „ambianţă”, reintroduce orice element posibil în logica sistemului, oricare ar fi subiectivitatea investită. Faptul că acest sistem e afectat totodată de conotaţii ideologice şi de

motivaţii latente e sigur, şi la aceasta vom reveni. Dar şi faptul că logica lui – care e una a combinatoriei semnelor – e ireversibilă şi nelimitată e de netăgăduit. Niciun obiect nu i se poate sustrage, tot aşa cum niciun produs nu poate scăpa de logica formală a mărfii.

Un material model: *sticla*

Există un material care rezumă conceptul de ambianţă, şi în care avem un fel de funcţie modernă universală a mediului înconjurător: sticla. Publicitatea spune că e „materialul viitorului”, care va fi, după cum ştim cu toţii, „transparent”: sticla e aşadar materialul şi idealul ce trebuie atins laolaltă, scopul şi mijlocul. Aceasta din punct de vedere metafizic. Din punct de vedere psihologic, în folosirea practică şi imaginară în acelaşi timp, e recipientul modern ideal: „nu primeşte niciun gust”, nu evoluează în timp în funcţie de conţinut (precum lemnul sau metalul) şi nu-şi ascunde conţinutul. Înlătură orice confuzie şi nu e conducătoare de căldură. La drept vorbind, nu e un recipient ci un izolant – miracolul unui fluid fix, prin urmare al unui conţinut conţinător, întemeind astfel transparenţa amândurora: depăşire, care, după cum am văzut, e primul imperativ al ambianţei. De altminteri avem de-a face, în cazul sticlei, cu simbolica unei stări secunde şi cu cea a unui grad zero al materialului. Simbolică a congelării, deci a abstractizării. Abstractizare ce ne introduce în cea a lumii interioare (sfera de cristal a nebuniei), în cea a viitorului (globul de cristal al prezicerii) şi în cea a naturii (graţie microscopului şi telescopului, ochiul are acces la lumi diferite). Indestructibilă, nesupusă putrezirii, incoloră, inodoră etc, sticla e un fel de grad zero al materiei: faţă de materie, ea e ceea ce e vidul faţă de aer. Am văzut deja această valoare de joc şi de calcul, legate de abstractizare, în sistemul ambianţei. Sticla materializează însă în cel mai înalt grad ambiguitatea fundamentală a „ambianţei”: faptul de a fi, în acelaşi timp, apropiere şi distanţă, intimitate şi refuz al intimităţii, comunicare şi non-comunicare. Ambalaj, fereastră sau perete despărţitor, sticla întemeiază o transparenţă lipsită

de tranziţie: vedem prin ea, dar nu putem atinge nimic. Comunicarea e universală şi abstractă. Rezumând strategia publicităţii, o vitrină e, în acelaşi timp, feerie şi frustrare. Transparenţa produselor comestibile dintr-un bocal produce o satisfacţie formală şi o complicitate vizuală, dar e de fapt relaţie de excludere. Asemenea ambianţei, sticla nu lasă să se întrevadă decât semnul conţinutului şi, prin transparenţa ei, se interpune tot aşa cum sistemul ambianţei pătrunde în materialitatea lucrurilor şi a nevoilor prin coerenţa lui abstractă. Nemaivorbind de virtutea ei esenţială, care e morală: puritatea, loialitatea, obiectivitatea şi imensa ei conotaţie igienică şi profilactică o fac cu adevărat materialul viitorului: un viitor în care trupul şi funcţiile primare şi organice sunt renegate, în folosul unei obiectivităţi radioase funcţionale, şi a cărei versiune morală, pentru corpul uman, e igiena.

— „A trăi într-o grădină în intimitate cu natura, a gusta în totalitate farmecul fiecărei anotimp fără a renunţa la confortul unui interior modern – această nouă versiune a paradisului terestru e privilegiul caselor cu pereţi de sticlă”.

— „Cărămizile şi bucăţile de sticlă montate în beton permit construirea pereţilor exteriori sau despărţitori, a boitelor, a tavanelor translucide, care sunt la fel de rezistente ca şi cele din piatră. Aceşti „transpereţi” se lasă traversaţi de lumină, care circulă astfel liber prin toată casa. Totodată însă, amestecă imaginile, protejând intimitatea fiecărei încăperi”.

E limpede că simbolica eternă a „casei de sticlă” e mereu prezentă, dar îşi pierde din caracterul ei sublim în epoca modernă. *Prestigiul transcendenţei şi-a cedat locul celui al ambianţei* (ca şi în cazul oglinzii). Sticla oferă posibilităţi de comunicare accelerată între interior şi exterior, însă instituie simultan o ruptură invizibilă şi materială, care nu îngăduie ca această comunicare să devină o deschidere reală asupra lumii. La drept vorbind, „casele de sticlă” moderne nu se deschid asupra

exteriorului: dimpotrivă, lumea exterioară, natura şi peisajul transpar în intimitatea fiecăruia dintre noi şi în domeniul privat, ca într-un „joc liber” al elementelor de ambianţă, graţie sticlei şi abstracţiei ei. Întreaga lume e reintegrată în universul domestic ca un spectacol.8

OMUL DE RELAŢIE ŞI DE AMBIANŢĂ

Analiza culorilor şi a materialelor ne duce deja la câteva concluzii. Alternanţa sistematică dintre cald şi rece defineşte de fapt însuşi conceptul de „ambianţă”, care e, *în acelaşi timp, căldură şi distanţă*.

Interiorul „de ambianţă” e conceput astfel încât între fiinţe să joace aceeaşi alternanţă căldurăvnon-căldură, intimitate/distanţă ca şi între obiectele ce-l compun. Prieten sau rudă, familie sau client, totul apare într-o relaţie definită, care însă trebuie să rămână mobilă şi „funcţională”: cu alte cuvinte ea e posibilă în orice moment, dar subiectivitatea trebuie să dispară din ea: diferitele tipuri de relaţie vor putea să facă obiectul unui schimb liber. Iată în ce constă relaţia funcţională, din „care dorinţa e teoretic absentă: e eliminată în folosul ambianţei9. Iar ambiguitatea începe tocmai aici10.

Scaunele

Această ambiguitate e confirmată de obiectele care semnifică cel mai bine relaţia de ambianţă: scaunele, pe care, în sistemul mobilierului contemporan, le vedem alternând constant cu elementele. În opoziţia lor, cei doi termeni concretizează opoziţia celor două concepte majore de aranjare şi de ambianţă, fără a constitui însă suportul exclusiv al acestora.

Cea mai puţin importantă funcţie a nenumăratelor scaune ce umplu revistele de mobilier şi de decoraţie interioară e, desigur, faptul că permit oamenilor să se aşeze. Să se aşeze ca să se odihnească, sau să se aşeze la o masă ca să mănânce. Scaunul nu se învârteşte în jurul mesei. În zilele noastre însă, scaunul pe care şedem dobândeşte un sens propriu, căruia i se subordonează măsuţele joase. Iar acest sens nu mai e acela al posturii corporale, ci al poziţiei reciproce a interlocutorilor.

Dispunerea generală a scaunelor şi schimbul subtil de poziţii în cursul unei seri, de exemplu, constituie ele însele un discurs. Scaunele moderne, de la taburete la canapele şi de la banchete la fotoliile de relaxare, pun accentul, toate, pe sociabilitate şi vorbire reciprocă: departe de a desemna poziţia aşezat în ceea ce ea ar putea avea specific în confruntare, ele favorizează un fel de poziţie universală a fiinţei sociale moderne. Paturile nu mai sunt ca să ne culcăm în ele şi scaunele ca să ne aşezăm pe ele11: nu mai există decât scaune „funcţionale”, care fac din toate poziţiile (şi prin urmare din toate relaţiile umane) o sinteză libera. Orice moralism e alungat de aici: nu ne mai aflăm în faţa nimănui. Imposibil să ne mâniem, să ducem o dezbatere sau să încercăm să convingem pe cineva. Scaunele dau prilejul unei socialităţi flexibile, lipsită de exigenţe, deschisă spre joc. Din adâncul lor nu mai trebuie să facem faţă privirii altuia, şi nici să ne-o fixăm pe a noastră asupra cuiva: ele sunt făcute în aşa fel încât justificarea privirilor constă doar în faptul că se pot plimba asupra persoanelor din jur, unghiul şi adâncimea scaunului aducând privirile „în mod natural” la semiînălţime, la o altitudine difuză la care se întâlnesc cu cuvintele. Aceste scaune răspund, poate, unei preocupări fundamentale: oamenii nu trebuie să fie singuri, dar nici să se înfrunte unul pe celălalt. E vorba de o decontractare a trupului, şi îndeosebi de o eliberare a privirii, dimensiune primejdioasă. Societatea modernă, îndepărtându-se de promiscuitatea funcţiilor primare, pune în lumină promiscuitatea funcţiilor secundare şi a privirilor, ca şi dimensiunea lor tragică. De aceea, după ce exigenţele primare sunt mascate, facem tot posibilul pentru a-i lua socialităţii tot ce poate avea abrupt, contradictoriu şi, în fond, obscen: jocul direct al agresivităţii şi al dorinţei din privire.

Binomul elemente/scaune ne oferă deci un sistem complet: prin elemente, omul modern ţine un discurs de organizare, în vreme ce, din fundul fotoliilor, îşi urmează discursul relaţiona112. Şi astfel „omul care aranjează” e

dublat întotdeauna de „omul de relaţie şi de ambianţă”, ansamblul lor constituind „omul funcţional”.

Culturalitate şi cenzură

Nu doar pentru scaune sau fotolii, ci şi pentru toate obiectele, culturalitatea e în vigoare, asemenea calculului. Pe vremuri, mobilele îşi mărturiseau funcţia. Funcţia casei, maternă şi fundamentală, se poate descifra fără ezitare în mese şi bufete, grele, pântecoase, într-o abundenţă suprasemnificaţie. Dacă funcţia acestora era tabu, ele se eclipsau la modul absolut, precum patul în alcov. Chiar şi patul din mijlocul camerei afişează conju-galitatea burgheză (desigur, nu sexualitatea). Acum însă nu mai avem paturi: patul a devenit fotoliu, divan, canapea, banchetă sau sfârşeşte chiar prin a dispărea în peretele despărţitor, nu din cauza vreunei interdicţii morale, ci prin abstracţie logică. Masa devine joasă, se descentrează şi nu mai are greutate. Întreaga bucătărie îşi pierde funcţia culinară devenind laborator funcţional. În acest lucru e un progres, deoarece mediul înconjurător tradiţional, cu onestitatealui, era totodată lumea obsesiei morale şi a dificultăţii materiale de a trăi. În interioarele moderne suntem mai liberi. Acest lucru e însă însoţit de un formalism mai subtil şi de o nouă morală: a tranziţiei obligatorii de la mâncat, dormit şi procreat la fumat, băut, privit, vorbit şi citit. Funcţiile viscerale se şterg în folosul celor culturale. Bufetul adăpostea lenjerie, veselă, mâncare, în vreme ce elementele funcţionale se referă la căiţi, la bibelouri, la bai –, la vid. Termenul de „rafinat”, care împreună cu cel de „funcţional” e unul dintre termenii-şoc ai decoraţiei dirijate, rezumă foarte clar această constrângere culturală. Scaunele au renunţat de a mai fi simboluri ale familiei, devenind indici ai relaţiei sociale.

Nu mai constituie decorai solemn al afecţiunii, ci decorul, la fel de ritual, al primirii. Dacă descifrăm de aproape sensul mobilelor şi obiectelor contemporane, ne vom da seama că ele conversează cu tot atâta talent ca şi invitaţii la cină, că se amestecă şi se despart cu aceeaşi

libertate – şi că, pentru a trăi, nu e nevoie să muncim.

Desigur, cultura a avut întotdeauna un rol ideologic de calmare: ea sublimează tensiunile legate de funcţii şi se îngrijeşte de a face posibilă recunoaşterea fiinţei printr-o formă, dincolo de materialitatea şi de conflictele lumii reale. Această formă, ce poartă mărturia unei finalităţi, faţă de toate lucrurile şi de asemenea împotriva lor, asigurând totodată reamintirea vie a învelirii fundamentale, e fără îndoială şi mai necesară într-o civilizaţie tehnică. Atâta că, asemenea realităţii pe care în acelaşi timp o reflectează şi o neagă, forma se sistematizează: tehnicităţii sistematice îi răspunde culturalitatea sistematică. *Noi numim ambianţă tocmai această culturalitate sistematică la nivelul obiectelor*.

VALORILE DE AMBIANŢĂrGESTICA ŞI FORMELE

Când abordăm, în analiza valorilor de ambianţă, studiul formelor „funcţionale” (sau „profilate” în mod indiferent, „dinamice” etc), vedem că „stilizarea” lor e de nedespărţit de cea a gesticii umane care se raportează la ele. Stilizarea în cauză semnifică întotdeauna o elidare a energiei musculare şi a muncii depuse. Elidare a funcţiilor primare în folosul funcţiilor secundare de relaţie şi de calcul, elidarea pulsurilor în folosul culturalităţii: toate aceste procese an la nivelul obiectelor, ca mediere practică şi istorică, elidarea fundamentală a gestului făcut cu efort şi trecere *de la o gestică universală a muncii la o gestică universală a controlului*. Iată cum se sfârşeşte definitiv statutul milenar al obiectelor, statutul lor antropomorfic: în abstracţia surselor de energie.

Gestica tradiţională: *efortul*

Atâta timp cât energia investită rămâne musculară, cu alte cuvinte imediată şi contingentată, instrumentul de lucru e împotmolit în relaţia umană, bogată din punct de vedere simbolic însă prea puţin coerentă din punct de vedere structural, chiar dacă e formalizată într-o anumită gestică. Folosirea energiei animale nu aduce o schimbare calitativă: pentru numeroase civilizaţii, energia umană şi cea animală sunt echivalente. Această stabilitate a energiei

antrenează stagnarea utilajelor. De-a lungul secolelor, statutul instrumentelor de lucru sau al obiectelor manuale nu s-a schimbat deloc. Or, această relaţie profundă, gestuală, între om şi obiecte, ce rezumă integrarea omului în lume şi în structurile sociale, poate fi plenară, ca atunci când o sesizăm în frumuseţea lor reciprocă, „stilul" lor. Avem însă de-a face cu o relaţie de constrângere care, paralel cu cea a structurilor sociale, ţine pe loc adevărata productivitate. Complex de gesturi şi de forţe, de simboluri şi de funcţii ilustrate şi stilizate de energia omului: admirăm şi acum secerile, coşurile de răchită, ulcioarele şi plugurile ce iau forma corpului uman, a efortului sau a materiei pe care au transformat-o, însă splendoarea acestui raport de conformitate rămâne subordonată constrângerii relaţionale. Omul nu s-a eliberat de obiecte, iar obiectele nu s-au eliberat de om. Va trebui aşteptată revoluţia surselor de energie pentru ca, odată cu practica la distanţă, stocarea şi calcularea energiei – care acum e în mişcare –, omul şi obiectul să fie antrenaţi într-o nouă dezbatere obiectivă: o dialectică plină de conflicte care nu erau vizibile în finalitatea de reciprocitate şi în relaţia de constrângere. Şi abia astfel omul evoluează spre o devenire socială obiectivă, în vreme ce obiectul ajunge şi el la propriu-i adevăr: acela al funcţionalităţii înmulţită cu eliberarea energiei.

Obiectul funcţional e un obiect real. Graţie revoluţiei în domeniul energiei, coerenţa tehnologică şi cea (relativă) a ordinii de producţie se substituie simbiozei energetice şi întrepătrunderii simbolice. În acelaşi timp, legătura dintre om şi obiect e încredinţată dialecticii sociale a foiţelor de producţie. În cele ce urmează, vom examina tocmai consecinţele acestei răsturnări de perspectivă în domeniul cotidian.

Gestica funcţională: *controlul*

Practicile noastre arată cât de mult se extenuează medierea gestuală între om şi lucruri: aparatele menajere, automobilele, gadgeturile, dispozitivele de încălzire, de luminare, de informare şi de deplasare, toate nu pretind

decât o energie sau o intervenţie minimă. Uneori un simplu control cu mâna sau cu privirea, nici cea mai mică pricepere, cel mult reflexe. Aproape în aceeaşi măsură cu lumea muncii, în lumea casnică domneşte regularitatea gesturilor de comandă sau de telecomandă. Mânerul uşii, pârghia, maneta, pedala sau nimic; în cazul celulei fotoelectrice, simplul fapt că ne arătăm prezenţa s-a substituit presiunii, percutării, şocului, echilibrului corpului, volumului, repartizării forţelor sau intervenţiei manuale (e nevoie mai degrabă de rapiditate). Prinderea cu mâna a obiectelor, care angaja întregul trup, a fost înlocuită cu contactul (mâna sau piciorul) şi cu controlul (privirea, uneori auzul). Pe scurt, numai „extremităţile" omului participă la mediul funcţional.

Abstracţia eliberatoare a surselor de energie se traduce prin urmare printr-o abstractizare identică în practica umană a obiectelor. E vorba mai puţin de o practică neuroniusculară cât de un sistem de vigilenţă cerebro-senzorial (Naville). Dar nu numai atât: pentru a tempera abstracţia absolută a acţiunii la distanţă, mai avem nevoie de ceea ce am numit gestica de control (mâna, privirea etc.14). Această gestică minimă e oarecum necesară, căci fără ea întreaga abstracţie a puterii şi-ar pierde sensul. E nevoie ca o participare cel puţin formală să-i dea omului siguranţa puterii pe care o are.

În acest sens, putem afirma că gestica de control rămâne esenţială – nu însă pentru buna funcţionare tehnică (o tehnică mai avansată s-ar putea lipsi de ea, şi fără îndoială că o va face), ci pentru buna funcţionare mentală a sistemului.

Un nou câmp de operaţii

Funcţionalitatea obiectelor devine nelimitată, deoarece energia lor e abstractă: tot aşa cum nu mai avem substanţe lipsite de un echivalent plastic, nu mai avem nici gesturi fără echivalent tehnic. Mecanismul cel mai simplu înlocuieşte la modul eliptic o sumă de gesturi, concentrează eficacitatea lor şi devine independent de operator, ca şi de materia supusă operaţiilor. Forma şi

utilizarea instrumentelor, materia, energia investită, toţi termenii s-au schimbat. Materia s-a diferenţiat la infinit, uneori parcă s-a volatilizat: în cazul unui aparat de radio, e doar o sumă de informaţii. Energia, transformându-se, a transformat materiile şi funcţiile: tehnica face altceva decât să rezume gesturi anterioare: inventează alte operaţii şi, îndeosebi, decupează câmpul operaţiilor în funcţii şi ansambluri de funcţii total diferite. Abstractizarea omului în faţa obiectelor (tehnice), „alienarea lui spectaculoasă” nu decurg atât de mult din faptul că gesturile lui au fost *înlocuite*, cât din abstracţia *decupajului* funcţional însuşi, şi din imposibilitatea unei intuiţii analogice a acestuia prin referire la gesturi anterioare 15. Doar inteligenţa abstractă – nu cea imediată – se poate adapta noilor structuri tehnice: mai trebuie însă ca şi omul să se adapteze folosirii tot mai exclusive a funcţiilor superioare de inteligenţă şi calcul. Rezistenţele, care au rădăcini adânci, pot aduce o întârziere definitivă. Omul devine mai puţin coerent decât obiectele. Într-un fel, acestea îl preced în organizarea ambianţei, determinându-i comportamentul. Priviţi o maşină de spălat: forma şi felul ei de a lucra nu au nicio legătură precisă cu lenjeria; în spaţiu şi timp, operaţia de spălate şi-a pierdut orice specific. Intervenţia omului e minimă; desfăşurarea spălării e programată, iar apa însăşi nu mai e decât un fel de vehicul abstract al produselor chimice detergente. Funcţional, maşina de spălat aparţine unui câmp de relaţii total diferit de cel al lopeţii de bătut rufele sau al ciubărului de pe vremuri: ea intră într-un câmp asociativ funcţional discontinuu, împreună cu alţi operatori obiectivi, precum frigiderul, televizorul, elementele de aranjare a ambianţei şi automobilul, nemaifiind un instrument tradiţional într-un câmp de mediere practică ce cuprinde materia de transformat şi omul care o transformă. Am trecut de la un câmp vertical, în adâncime, la un câmp orizontal, în extensie.

Tot aşa cum se structurează diferitele părţi ale mecanismului unui obiect, diversele obiecte tehnice tind să

se organizeze între ele, independent de om, să trimită unul la celălalt în uniformitatea unei practici simplificate şi să se constituie astfel într-o ordine articulată ce-şi urmează propriul mod de evoluţie tehnologică şi în care responsabilitatea umană se mărgineşte la exercitarea unui control mecanic, pe care, la nevoie, îl poate face chiar maşina.

Miniaturizarea în locul *spaţiului* continuu, dar limitat, pe care-l creează în jurul obiectelor tradiţionale gesturile care le pune în folosinţă, obiectele tehnice instituie o *întindere* discontinuă şi nedefinită. Această nouă extensie, dimensiunea funcţională, e definită de constrângerea organizării maxime şi a comunicării optime. Tocmai de aceea asistăm, în progresul tehnologic, la o miniaturizare tot mai accentuată a obiectului tehnic.

Eliberate de referinţă umană, de ceea ce s-ar putea numi „mărime naturală" şi invadate de mesaje tot mai complexe, mecanismele, asemenea creierului, se îndreaptă spre o concentrare ireversibilă a structurilor, spre chintesenţa microcosmosului16. După perioada expansiunii prometeice a unei tehnici ce năzuia la ocuparea lumii şi a spaţiului, iată-ne în era unei tehnici ce operează asupra lumii în profunzime. Electronica, cibernetica – eficienţa însăşi, eliberată de spaţiu gestual – sunt legate de acum încolo de saturarea unei extensii minime ce defineşte un câmp maxim, lipsit însă de o măsură comună cu experienţa sensibilă17.

STILIZARE, MANEVRABILITATE, ÎNVELIRE

Stilizarea formelor e corelată pretutindeni cu autonomia sporită a lumii funcţionale şi cu organizarea optimă a întinderii. Formele devin mai autonome şi se îndepărtează tot mai mult de morfologia corpului uman şi a eforturilor, dar continuă să facă aluzie la acestea, într-un fel sau altul. Se organizează liber, însă relaţia pierdută cu funcţiile primare mai persistă, în abstracţia unui semn: conotaţia lor. Iată din nou exemplul mâinii, a cărei importanţă în gestica controlului am văzut-o deja. Toate obiectele moderne se pretind, în primul rând, manevrabile

(aproape echivalent cu „funcţionale”). Dar care e „mâna” în funcţie de care se profilează formele lor? Nu e organul de prindere în care se sfârşeşte efortul, ci semnul abstract al *manevrabilităţii*, căruia i se conformează cu atât mai uşor butoanele, manetele etc. cu cât operaţia, în ea însăşi, nu mai pretinde o muncă manuală, deoarece se situează altundeva. Regăsim aici, pe planul morfologic, mitul naturalităţii, de care am vorbit mai înainte: corpul uman nu mai trimite la obiecte decât semnele prezenţei sale, funcţionarea obiectelor fiind deja autonomă. Îşi trimite, cu delegaţie, „extremităţile”. La rândul lor. obiectele se „profilează” în funcţie de această semnificaţie morfologică abstractă. Avem de-a face cu un sistem de conectare a formelor în care omul e evocat doar prin aluzii18. Iată în ce fel forma obiectului „ia conturai” mâinii. Şi iată cum fotoliul Airbome „urmează conturai” formelor trupului dumneavoastră: o formă ia conturai alteia. Instrumentul de lucra şi obiectul tradiţional nu „luau [deloc] conturul” formelor umane: luau forma efortului şi a gestului – şi de altfel corpul uman se impunea obiectelor în scopul de a săvârşi o lucrare materială. În zilele noastre, corpul omului nu pare să se mai manifeste decât ca temei abstract al unei forme desăvârşite: cea a obiectului funcţional. *Funcţionalitatea nu mai constă, aşadar, în impunerea unei munci efectuate, ci în adaptarea unei forme la o alta* (a manetei la mână) *şi prin acesta în elidarea şi lăsarea deoparte a proceselor de muncă reale*.

Despăităite de funcţiile practice şi de gestica umană, formele devin relative unele faţă de altele, şi faţă de spaţiul pe care-l „ritmează”. Tocmai aceasta e, în zilele noastre, definiţia „stilului” obiectelor: mecanismul stilului fiind virtual sau subînţeles (câteva gesturi simple îl evocă în toată forţa lui, fără a-l face însă prezent, căci corpul eficace al obiectului nu poate fi descifrat), doar forma rămâne prezentă: ea îl înveleşte în întreaga ei perfecţiune, în „linia” ei, care-i vine ca o „haină” sub care se ascunde o energie abstractă, cristalizată. Aşa cum se poate vedea în evoluţia anumitor sprecii animale, forma se exterioarează

în jurul obiectului, ca o carapace. Fluidă, tranzitivă, învăluitoare, ea unifică aparenţele, depăşind spre un ansamblu coerent discontinuitatea înfricoşătoare a diverselor mecanisme. În ambianţele funcţionale, o demarcaţie continuă de linii (dar şi de materii: crom, email, plastic) restabileşte unitatea unei lumi al cărei echilibru în adâncime era asigurat, cândva, de gestul uman. Ne îndreptăm astfel spre un absolutism al formei: numai ea contează, numai ea poate fi descifrată, iar în registrul profunzimii „stilul" e definit de funcţionalitatea formelor.

Sfârşitul dimensiunii simbolice

La drept vorbind, împlinirea formelor ascunde o carenţă esenţială: prin tranzitivitatea lor universală, civilizaţia tehnică încearcă să compenseze dispariţia relaţiei simbolice legată de gestica tradiţională a muncii, şi de asemenea irealitatea, vidul simbolic al puterii noastre1.

Căci medierea prin gestică nu e doar o simplă dimensiune practică. Iar energia investită în efort nu e doar de ordin muscular şi nervos. În gest şi efort se desfăşoară, prin scheme de pătrundere, de rezistenţă, de modelare, de fiecare etc, o întreagă simbolică falică. Ritmica sexuală e modelul tuturor gesturilor ritmice, şi orice practică tehnologică e supradeterminată de ea (v. În acest sens studiile lui G. Bachelard, şi G. Durand, *Les Structures anthropologiques de l'imaginaire*, p.46). Obiectele şi instrumentele de lucra tradiţionale aduc la suprafaţă o parte din investirea libidinală profundă care e proprie relaţiei sexuale (ca şi dansul şi riturile, pe un al plan), deoarece mobilizează întregul corp în efort şi în împlinire20. Or, aceasta e descurajată şi demobilizată de obiectul tehnic. Tot ce era cândva sublimat (prin urmare investit simbolic) în gestica muncii e, în zilele noastre, refulat. În ansamblurile tehnice nu mai avem, nimic din vegetaţia teatrală, anarhică a vechilor obiecte, ce îmbătrâneau şi-şi arătau munca depusă. Falus sau vagin însufleţit, hârleţul şi ulciorul ne îngăduie să citim simbolic, în „obscenitatea" lor, dinamica pulsională masculină21. Tot

atât de obscenă era şi gestica muncii, acum miniaturizată şi abstractizată în gestica controlului. Lumea obiectelor vechi ne apare, faţă de neutralitatea formală, de albul profilactic şi de perfecţiunea obiectelor funcţionale, ca un teatra al cruzimii şi al pulsiunilor ascunse. Minerul fierului de călcat se estompează, dobândeşte „profil" (termenul spune totul; ne trimite la un lucru subţire, abstract) şi tinde tot mai mult să arate absenţa gestului; la limită, noua formă nu va mai fi deloc manuală, ci doar manevrabilă: *împlinindu-se*, *forma va arunca omul în contemplarea propriei ei puteri*.

Abstracţia puterii

Puterea tehnică nu mai poate fi obiect de mediere: nu are nici cea mai mică măsură comună cu omul şi cu propriul său trap. Prin urmare, nu poate fi *simbolizată*: formele funcţionale nu pot decât să o *conoteze*. În coerenţa lor absolută, ele o suprasemnifică (aerodinamism, manevrabilitate, automatism etc), dar în acelaşi timp formalizează vidul care ne desparte de ea, fiind un fel de ritual modern de operaţiuni miraculoase. Semne ale puterii noastre, dar totodată martori ai iresponsabilităţii noastre în faţa ei. Prima euforie mecanistă odată trecută, poate că tocmai aici trebuie căutat motivul satisfacţiei tehnice plictisite, al spaimei aparte ce apare la cei vendecaţi de obiecte ca prin minune, al indiferenţei forţate, al spectacolului pasiv al puterii lor. Inutilitatea anumitor gesturi obişnuite, ruperea anumitor ritmuri ale vieţii cotidiene bazate pe manevre ale corpului au consecinţe psihofi-ziologice adânci. De fapt, o adevărată revoluţie s-a produs la nivel cotidian: *în zilele noastre*, *obiectele au devenit mai complexe decât comportamentul uman raportat la ele*. Sunt tot mai diferenţiate, în vreme ce gesturile noastre sunt tot mai puţin, lucra ce poate fi exprimat şi altfel: obiectele nu mai sunt înconjurate de un teatra al gesturilor în care ele îşi aveau rolul; finalitatea lor, împinsă la exagerare, face acum din ele actorii unui proces global în care omul e doar un rol – sau un spectator.

Ca exemplu, iată o poveste curioasă, întâmplată în

secolul al XVIII-lea. Un iluzionist foarte priceput în fabricarea ceasurilor a fabricat un automat. Iar acesta era atât de desăvârşit, mişcările lui erau atât de suple şi de fireşti încât spectatorii nu puteau distinge omul de automat, când cei doi apăreau împreună pe scenă. Şi astfel, iluzionistul se văzu obligat să-şi facă gesturile mecanice şi, printr-o culme a artei, să-şi altereze propria-i aparenţă pentru a da sens spectacolului, deoarece spectatorii ar fi fost în cele din urmă prea terorizaţi neştiind care era „adevărat”, şi era mai bine să-l ia pe om drept maşină, iar maşina drept om.

Avem aici ilustrarea unei anumite relaţii fatale cu tehnica – cu excepţia faptului că în realitatea modernă nu ne trezim la aplauzele unui public fericit că a fost înşelat atât de măiestrit. Ilustrarea unei societăţi a cărei aparatură tehnică ar fi atât de prefecţionată încât ar putea constitui un fel de aparat gestual „de sinteză”, superior aparatului gestual tradiţional – un fel de proiectare suverană a unor structuri mentale perfecte. Deocamdată, gestul uman e încă singurul ce poate oferi precizia şi supleţea pretinse de anumite munci. Nimic nu ne interzice însă să credem că tehnica, *technè*, în progresul ei neîncetat, nu va ajunge să fie o imitaţie, *mimesis*, substituind astfel lumii naturale o lume fabricată de inteligenţă. Dacă simulacrul e atât de bine simulat încât devine un ordonator eficace al realităţii nu înseamnă oare că omul, în faţa simulacrului, devine el însuşi o abstracţie? Lewis Mumford remarca deja (*Technique et Civilisation*, p.296): „Maşina duce la o eliminare a funcţiilor care se învecinează cu paralizia”. Aceasta nu e o ipoteză mecanistă, ci o realitate trăită: comportamentul pe care-l impun obiectele tehnice e discontinuu: o succesiune de gesturi sărace, de gesturi-semne al căror ritm s-a şters. E, într-un fel, lecţia iluzionistului din povestea noastră, care, în faţa desăvârşârii maişinii sale, se desface pe sine mecanizându-se. *Omul e expediat în incoerenţă de coerenţa proiecţiei sale structurale*. În faţa obiectului funcţional, omul devine disfuncţional, iraţional şi subiectiv:

o formă goală, deschisă miturilor funcţionale şi proiectărilor fantasmatice legate de eficacitatea stupefiantă a lumii.

Mitul funcţionalist într-adevăr, dinamica concretă Na efortului, care s-a abstractizat în mecanismele şi gesturile de control, nu a disparat: s-a interiorizat într-o dinamică mentală, aceea a unui mit funcţionalist şi a virtualităţii unei lumi în întregime funcţională, al cărei indice e fiecare dintre obiectele tehnice. Gestica refulată devine mit, proiecţie, transcendenţă. În clipa în care pierdem din vedere drumul energiei, şi în care o percepem ca infuzată în obiect, în clipa în care devenim beneficiarul iresponsabil al absenţei (sau aproape al absenţei) gesturilor şi eforturilor, nu suntem oare îndreptăţiţi, ba chiar siliţi să credem în funcţionalitatea absolută, nelimitată şi în virtutea eficace a semnelor? Ceva din străvechea inducere a realităţii plecând de la semne – regula lumii magice – reînvie: „O parte a sentimentului de eficacitate din magia primitivă a devenit credinţa necondiţionată în progres”, spune Simondon (*op. cit*... p.95). Lucra adevărat despre societatea tehnică globală, şi de asemenea, chiar dacă mai confuz, însă tenace, despre mediul cotidian, în care cel mai neînsemnat gadget e izvorul unei arii tehno-mitologice de putere. Modul de folosire cotidiană a obiectelor constituie o schemă aproape autoritară de prezumţie a unei lumi. Or, ceea ce ne arată obiectul tehnic, care nu mai pretinde decât o participare formală, e o lume lipsită dez eforturi, o abstractizare şi o mobilitate totală a energiei, o eficienţă totală a gestului-semn22.

Forma funcţională: *bricheta*

Fluiditatea stilizată a formelor „funcţionale” şi dinamica mentală, simulacru al unei relaţii simbolice pierdute, pe care ele o conotează încercând să reinventeze o finalitate prin proliferarea seninelor, confirmă cele de mai sus. Ca şi exemplul brichetei în formă de galet, lansată cu succes publicitar de câţiva ani: forma ei e alungită, eliptică, asimetrică, „puternic funcţională”. Nu aprinde ţigările mai bine decât alta, dar „ia forma palmei

dumneavoastră”. „Marea a şlefuit-o în forma mâinii”: iată un fapt împlinit. Funcţionalitatea ei deosebită nu stă în faptul că aprinde ţigări, ci că e manevrabilă. Iar forma ei e ca predestinată de natură (de mare) la manevrarea de către om. Retorica brichetei se află tocmai în această nouă finalitate. Iar conotaţia ei e dublă: fiind un obiect industrial, se presupune că bricheta reia una dintre calităţile obiectului artizanal, a cărui formă prelungea gestul şi trapul omului. Pe de altă parte, aluzia la mare ne readuce la mitul unei naturi deja culturalizată în funcţie de om, ce se adaptează celor mai mici dorinţe ale acestuia: marea joacă rolul cultural al şlefuitorului, fiind un sublim meşter al naturii: 23. Şi astfel, din piatra de mare adusă în mână spre foc, bricheta devine un silex miraculos, în vreme ce o întreagă finalitate preistorică şi artizanală se precizează în esenţa practică a unui obiect industrial.

Conotaţia formală: *aripa maşinii*

Vreme îndelungată, maşinile americane erau împodobite cu aripi imense, despre care Packard scrie în *L’Art du gaspillage* (p.282) că simbolizează obsesia americană a bunurilor de consum. Dar ele mai au şi alte semnificaţii. De-abia îndepărtat de formele de vehicule anterioare şi structurat după propria-i funcţie, automobilul, ca obiect, nu face altceva decât să conoteze rezultatul obţinut, adică să se conoteze pe sine ca funcţie a victoriei. Şi astfel asistăm la un veritabil triumfalism al obiectului: aripa maşinii devine *semnul* victoriei asupra spaţiului – semn pur, deoarece nu are niciun raport cu victoria (mai degrabă compromiţând-o, pentru că îngreuiază maşina şi o încarcă suplimentar). Mobilitatea concretă şi tehnică se suprasemnifică în fluiditate absolută. Căci aripa nu mai e semnul vitezei *reale*, ci semnifică o viteză sublimă, nemăsurabilă. Sugerează un automatism miracular, un har, iar în imaginaţia noastră prezenţa aripii dă avânt maşinii: aceasta zboară cu propriile-i aripi, mimând astfel un organism superior. În vreme ce motorul e eficienţa reală, aripa e eficienţa imaginară. Această comedie a eficienţei spontane şi

transcendente a obiectului aduce în scenă şi simboluri naturale: automobilul se împăunează cu aripi şi fuzelaje, care de altfel sunt elemente structurale, furând seninele avionului, obiect-model al spaţiului; mai apoi, îşi va fura semnele chiar din natură: rechin, pasăre etc.

În zilele noastre, conotaţia naturală şi-a schimbat registrul. Pe vremuri, am putut asista la dezmăţul regnului vegetal, care invada obiectele, şi chiar şi maşinile, cu semnele produselor pământului, naturalizându-le24. În prezent, vedem apărând o sistematică a fluidităţii, care nu-şi mai caută conotaţiile în pământ şi în floră, elemente statice, ci-n aer şi apă, elemente fluide, şi de asemenea în dinamică animală. Această naturalitate modernă nu e însă mai puţin o conotaţie a naturii, chiar dacă trece de la organic la fluid. Elementul astructural, inesenţial-o aripă de maşină oarecare – conotează mereu obiectul tehnic *în mod natural*.

Şi tocmai prin aceasta îl conotează *alegoric*. Când structura, imobilă, e năpădită de elemente astructurale şi când detaliul formal invadează obiectul, funcţia reală rămâne doar un alibi, *iar forma nu mai face decât să semnifice ideea de funcţie*: ea devine alegorică. Aripile maşinii sunt alegoria noastră modernă. Nu mai avem muze şi flori, ci aripi de automobil şi brichete, şlefuite de apa mării. Iar discursul inconştientului apare tocmai în alegoric. Fantasma vitezei din străfundul nostru se exprimă în aripa maşinii, însă la modul aluziv şi regresiv. Căci dacă viteza e o funcţie de ordin falie, aripa maşinii reprezintă viteza formală, aflată în nemişcare, aproape comestibilă vizual. Ea nu e rezultatul unui proces activ, ci al unei plăceri a vitezei „în efigie” – stare ultimă, pasivă de degradare a energiei într-un semn pur în care dorinţa inconştientă repetă într-una un discurs imobil.

Iată de ce conotaţia formală echivalează cu impunerea unei *cenzuri*. În spatele împlinirii funcţionale a formelor, simbolica falică tradiţională s-a spart: pe de o parte se abstractizează într-un simulacru de putere (mecanismul ascuns, indescifrabil) – pe de altă parte se

mulţumeşte cu învelirea formelor în propria lor „funcţionalitate”: proces regresiv, narcisist.

Alibiul formei

Vedem astfel mai bine care e limbajul formelor, şi la ce tinde acest discurs. Relative unele faţă de altele şi trimiţând neîncetat, prin stilizarea lor, la forme omoloage, ele se prezintă ca un discurs complet – realizarea optimă a esenţei omului şi a lumii. Dar acest discurs nu e niciodată inocent: articularea formelor între ele ascunde întotdeauna un discurs indirect. Forma brichetei e relativă la forma mâinii *graţie mării* „care a şlefuit-o”; aripa de maşină e relativă la spaţiul parcurs, graţie avionului, păsării etc; de fapt, graţie *ideilor* de mare, de avion şi de pasăre. Vedem aşadar pretutindeni *Ideea de Natură*, în multiple forme (elemente animale, vegetale, corpul uman, ba chiar şi spaţiul însuşi 25), amestecându-se în articularea formelor. Şi tocmai în măsura în care, constituindu-se în sistem, aceasta recreează un fel de finalitate internă, ele se conotează de îndată prin natură – natura rămânând referinţa ideală a oricărei finalităţi.

Obiectele „vulgare”, care se epuizează în propria lor funcţie, nu au această finalitate. La nivelul lor, nu putem vorbi de ambianţă, ci doar de mediu în care sunt date. Multă vreme, oamenii au vrut să le impună o finalitate grosolană: maşinile de cusut au fost decorate cu flori, iar nu de mult Cocteau şi Buffet mai „îmbrăcau” încă frigiderele. Dacă nu puteau fi „naturalizate”, s-a încercat estomparea prezenţei lor. Şi iată cum după o fază destul de scurtă în care maşinile şi tehnica, foarte mândre de emanciparea lor, şi-au afişat practicitatea într-un mod obscen, pudoarea modernă se străduieşte cu îndârjire să ascundă funcţia practică a lucrurilor.

„Încălzirea cu păcură e asigurată de o instalaţie absolut invizibilă”. „Indispensabil, garajul nu trebuie să apară la vedere, oriunde ar fi fost plasat în grădină… Prin urmare, a fost ascuns într-o grămadă de pământ cu pietre. O grădină alpină e dispusă deasupra acoperişului de beton al localului; ea comunică cu interiorul proprietăţii printr-o

uşiţă ascunsă între pietre…”

Naturalizare, escamotare, dispunere etajată, decor: iată-ne înconjuraţi de obiecte în care forma intervine *ca o falsă rezolvare a modului contradictoriu în care e trăit obiectul*. În zilele noastre, decorul disparat şi-a lăsat locul unor soluţii mai subtile. Dar conotaţia de natură, care e implicată în însuşi discursul formelor, nu e mai puţin prezentă în el.

Această naturalizare se încarcă spontan cu referinţe morale şi psihologice, în acest sens, lexicul publicitar e foarte revelator. Avem de-a face cu o întreagă terminologie emoţională: „căldură”, „intimitate”, „răspândire împrejur”, „sinceritate” – o întreagă retorică a valorilor „naturale” –, ce însoţeşte în discursul publicitar calculul formelor şi „stilul funcţional”. „Căldura”, „sinceritatea1, „loialitatea” spun multe despre echivocul unui sistem în care transpar, ca semne, precum mai înainte pasărea, spaţiul sau marea, valori tradiţionale, pierdute de mult. Desigur, la mijloc nu e nicio „ipocrizie”. Dar această lume sistematică, omogenă şi funcţională – culori, materii şi forme în care pulsiunile, dorinţele şi foiţa explozivă a instinctului sunt refuzate, dezminţite, lăsate deoparte, chiar dacă nu sunt negate” 6 – nu e oare şi ea o lume morală, ba chiar hi permorală? Dacă făţărnicia modernă nu constă în încercarea de a ascunde obscenitatea naturii, putem spune că ea înseamnă *a ne satisface* (sau a încerca să ne satisfacem) *cu naturalitatea inofensivă a semnelor*.

1 Aranjarea ca tratare a spaţiului devine de altfel şi ea un element de ambianţă.

2 Culorile „ţipătoare” ne privesc. Dacă ne îmbrăcăm într-un costum roşu suntem mai mult decât goi puşcă: suntem un obiect pur, fără interioritate. Costumaţia feminină tinde cu deosebire spre culorile vii tocmai în legătură cu statutul social, de obiect, al femeii.

3 Cu toate acestea, multe serii de maşini nu se mai fabrică în negru; în afara doliului sau a ceremoniilor oficiale, civilizaţia americană nu mai cunoaşte, practic, negrul (decât în situaţia în care e reinstaurat ca valoare

combinatorie).

4 Realizare, cel puţin parţială, a mitului substanţialist care, în secolul al XVI-lea deja, se înscria în stuc şi în demiurgia „mondenă” a barocului: totul trebuie turnat dintr-o materie gata făcută. Acest mit substanţialist e unul dintre aspectele mitului funcţionalist, de care de altfel ne ocupăm: e echivalentul, pe planul substanţei, al automatismului pe planul funcţiilor: o maşină a tuturor maşinilor ar ţine locul tuturor gesturilor umane şi ar instaura un univers de sinteză. Cu toate acestea, visul substanţialist e aspectul cel mai primitiv şi mai regresiv al mitului: e o alchimie transsubstanţiatoare, faza anterioară epocii mecaniste.

5 Tocmai aici stă diferenţa radicală dintre „marele stejar” tradiţional şi lemnul de tec: nu originea, exotismul sau preţul îl disting în mod esenţial pe acesta din urmă, ci folosirea în scopuri ambientale, lucru care face ca el să nu mai fie cu adevărat o substanţă naturalii primară, densă şi înzestrată cu căldură, ci *un simplu semn cultural al căldurii*, fiind astfel reinvestit da semn, asemenea altor numeroase materiale „nobile”, în sistemul interiorului modern. Nu mai are calitatea prezenţei, ci o valoare de ambianţă.

6 Acestea sunt, desigur, esenţe de lemn mai bine adaptate decât stejarul la furniruire şi asamblare. Trebuie să mai spunem că, în acest caz, exotismul joacă acelaşi rol ca şi conceptul de vacanţă în cazul culorilor vii: mitul evaziunii în natură. Esenţialul e însă faptul că, din această cauză, aceste esenţe de lemn sunt „secunde”, purtând în ele o abstracţie culturală şi supunându-se logicii sistemului.

7 Cu toate acestea, ea e semnul unei slăbiri a sistemului, slăbire care e însă integrată. V. în legătură cu acesta mai departe, *Obiectul vechi*.

8 Ambiguitatea sticlei iese clar în evidenţă dacă trecem de la modul de a locui la consum şi la tehnicile de condiţionare, în care folosirea sticlei se amplifică neîncetat. Şi aici sticla îşi menţine calităţile: apără

produsele de contaminări şi nu se lasă traversată decât de privire. „A conţine bine şi a lăsa să se vadă totul”: iată definiţia ideală a condiţionării. Fiind potrivită pentru orice fel de mulaje, sticla deschide esteticii şanse nelimitate. Mâine, ea va „îmbrăca” trufandalele şi fructele, ce vor păstra, mulţumită ei, prospeţimea zorilor. Va înveli cu transparenţa ei biftecul nostru de toate zilele. Invizibilă şi pretutindeni prezentă, va răspunde exigenţei unei vieţi mai frumoase şi mai clare, Pe deasupra, cum nu are niciun miros, nu va fi niciodată un deşeu, oricare-i va fi soarta. E un material „nobil”. Cu toate acestea, consumatorul e invitat să o arunce după folosire: „Nu pot fi schimbate şi nu le cumpărăm”. Sticla împodobeşte cu prestigiul ei „indestructibil” cumpărarea, dar trebuie distrusă imediat după aceea. Avem aici vreo contradicţie? Nu: sticla joacă întotdeauna rolul unui element de ambianţă, însă ambianţa primeşte un sens economic precis: condiţionarea. Sticla e funcţională şi aduce vânzări, dar trebuie consumată şi ea, în ritm sporit. Funcţionalitatea ei psihologică (transparenţă, puritate) e integral reluată şi scufundată în funcţionalitatea ei economică. Sublimul îndeplineşte rolul unei motivări de cumpărare.

9 Chiar şi sexualitatea, în concepţia ei modernă, intră în acest tip de relaţie; diferită de senzualitate, care e caldă şi instinctuală, sexualitatea e *caldă şi rece*. Şi astfel, în loc să fie expresia pasiunii, devine o simplă valoare de ambianţă. Dar tot astfel devine discurs, în loc să se piardă în efuziuni.

10 în sistemul obiectelor, ca în orice sistem trăit, marile opoziţii structurale sunt într-adevăr altceva: ceea ce la nivelul sistemului apare ca opoziţie structurală poate fi ratio –, nalizarea coerentă a unui conflict.

11 Cu excepţia scaunelor cu spătar drept, în faţa mesei la care mâncăm: acestea primesc o conotaţie rustică, dar e vorba de un proces cultural reflex.

12 – Sau pur şi simplu pasiv: căci nu trebuie să uităm că, în publicitatea mobiliară, imperativul activ al aranjării cedează evident în faţa sugestiei pasive de relaxare. Şi aici

ambianţa e ambiguă: e un concept activ şi pasiv totodată. Omul funcţional e obosit de la început. Iar milioanele de fotolii de piele sau Dunlopillo, unul mai adânc decât celălalt, ce laudă pe întrecute virtuţile moderne de ambianţă şi de relaxare în paginile revistelor de lux, sunt un fel de invitaţie enormă a civilizaţiei viitorului la rezolvarea tensiunilor şi la paşnica euforie a zilei de duminică. Întreaga ideologie a acestei civilizaţii, în acelaşi timp îndepărtată şi iminentă în modelele pe care le propune, poate fi gândită în imaginile modernităţii, la fel de idilice ca şi vechile pastorale, în care omul îşi contemplă ambianţa din fundul moale al fotoliului. Terminând-o cu pasiunile, funcţiile şi contradicţiile şi nemaiavând decât relaţii, un sistem de relaţii a căror structură o regăseşte într-un sistem de obiecte făcând să apară în jurul lui un spaţiu şi „creând" multiplele posibilităţi de integrare a elementelor în ansamblul camerei, ca şi a lui însuşi în ansamblul social, reconstituind astfel o lume eliberată de pulsiuni şi de funcţiile primare, dar grea de conotaţii sociale de calcul şi de prestigiu, omul nostru modern, obosit de atâta efort, îşi va legăna plictiseala în golul unui fotoliu ce ia forma corpului său.

13 Cu excepţia cazului în care e reintrodus sub o conotaţie culturală care-i circumscrie obscenitatea: vechiul pat din mijlocul camerei în secolul al XVIII-lea spaniol (în legătură cu aceasta v. mai departe *Obiectul vechi*).

M Mai exact, gestica de efort nu numai că s-a extenuat într-o gestică de control: ea s-a disociat într-o gestică de control şi o *gestică de joc*. Uitat de practica modernă dar eliberat de constrângeri, corpul omenesc găseşte în sport şi în activităţile fizice din timpul liber o posibilitate reală de expresie, sau cel puţin o posibilitate compensatoare de cheltuire a energiei (ne putem întreba, într-adevăr, dacă dedublarea gesticii de efort instaurează o libertate reală a trupului sau dacă nu cumva pune pur şi simplu în funcţie un sistem cu doi termeni, dintre care cel de-al doilea – în cazul nostru jocul şi sportul – nu e decât

termenul ce-l compensează pe primul. Acelaşi proces apare şi în dedublarea timpului în timp activ şi timp liber).

15 Iată, de exemplu, focul: „căminul" răspunde iniţial funcţiilor asociate de încălzire, de preparare a hranei şi de luminare. Tocmai de aici i se trage complexitatea simbolică. Ulterior, maşina de gătit, care e deja un aparat, uneşte funcţiile de încălzire şi culinare: şi ea mai are o oarecare prezenţă simbolică. Mai apoi, toate aceste funcţii se vor despărţi analitic, împrăştiindu-se în aparte specializate, a căror sinteză nu mai e cea concretă, a „căminului", ci una abstractă: a energiei care le alimentează (gaz sau electricitate). Dimensiunea simbolică a acestei noi ambianţe, bazată pe decupajul funcţional al unei ordini diferite, e inexistentă.

16 De unde fascinaţia exercitată de obiectul miniaturizat: ceasul, tranzistorul, aparatul fotografic etc.

17 Această tendinţă spre miniaturizare poate părea paradoxală într-o civilizaţie a întinderii, a expansiunii şi a spaţializării. De fapt însă, ea îi precizează punctul de sosire ideal, şi de asemenea una dintre contradicţii. Civilizaţia tehnică e, în acelaşi timp, civilizaţia constrângerilor urbane şi a penuriei de spaţiu. Din necesităţi cotidiene absolute (şi nu doar structurale), ea e, din ce în ce mai mult, o civilizaţie a „compactului". Există fără îndoială o legătură între laser, micro-calculatoare şi micro-tehnică pe de o parte, şi automobilul minuscul, gadgetul polifuneţional, apartamentul „studiat" şi tranzistor pe de altă parte, dar acest raport nu e cu necesitate structural sau logic. Principiul organizării maxime, care duce la tehnicile de miniaturizare, are drept funcţie paralelă camuflarea (nu însă rezolvarea) unei penurii cronice de spaţiu la nivelul cotidian. Cele două nu sunt legate structural, ci doar implicate în cadrul aceluiaşi sistem. Iar obiectul tehnic cotidian, prins între ele, nu mai ştie care îi e sensul: progresul tehnicilor (miniaturizarea) sau degradarea sistemului practic (penurie de spaţiu)?

(Vom studia în alt loc – *Avatarurile tehnicii* – antagonismul dintre evoluţia tehnologică structurală şi

constrângerile penuriilor ce determină sistemul trăit.)

18 Tot aşa, cum, în domeniul ambianţei, natura e evocată şi ea doar prin aluzii.

19 Nu vom încerca să poetizăm efortul sau gestica tradiţională: dacă ne gândim că, vreme de secole, omul a compensat prin propriile-i puteri neputinţele propriilor sale instrumente de lucru, şi că după sclavi şi iobagi ţăranii şi meşteşugarii au lucrat şi ei cu obiecte venite direct din epoca de piatră, nu putem decât să salutăm abstracţia surselor de energie şi căderea în desuetudine a unei gestici care, de fapt, era una a aservirii. În prezent, „maşinalitatea lipsită de suflet” (chiar dacă e vorba de aceea a maşinii electrice de făcut pireuri) ne îngăduie să depăşim, în sfârşit, stricta echivalenţă dintre produs şi gest încare cândva îşi găsea sfârşitul lunga strădanie a zilelor de lucru, şi să creăm un supraprodus al gestului uman. Consecinţele acestui fapt pe un alt plan nu sunt însă mai puţin adânci.

„— O Tot aşa putem spune că obiectelor li se integrează, prin gestică, ceea ce Piaget numeşte „schemele afective” paternă şi maternă, legături ale copilului cu mediul uman priraordial: tatăl şi mama îi apar copilului, ei înşişi, ca nişte instrumente înconjurate de alte instrumente, secundare.

21 De exemplu, casa maternă clasică, desenată de copii, cu uşile şi ferestrele ei, simbolizează în acelaşi timp copilul (ea are figură omenească) şi trupul mamei. Ca şi dispariţia gesticii, dispariţia casei tradiţionale – cu etaj, scară, pod şi pivniţă – semnifică în primul rând frustrarea de dimensiunea simbolică a recunoaşterii. Suntem decepţionaţi de ordinea modernă mai întâi prin complicitatea profundă cu noi înşine şi prin perceperea viscerală a propriului nostru trup: nu mai regăsim în el nici propriile noastre organe, nici organizarea lor somatică.

22 Aceasta *mitologie* trebuie distinsă de *ideologia* progresului. Oricât ar fi de abstractă, ultima rămâne o ipoteză asupra structurilor şi se sprijină pe evoluţia tehnică. Mitul funcţionalist e însă doar o prezumţie asupra

totalităţii tehnice, plecând de la semne. Prima reprezintă o mediere socio-culturală (în secolele XVIII şi XIX), cea de a doua e o anticipare fantasmatică.

23 Mitologiile „naturale” se referă cel mai adesea la un sistem cultural anterior, un fel de releu pseudoistoric în demersul de regresie spre o totalitate mitică; astfel, mitologia artizanatului preindustrial implică mitul unei naturi „funcţionale” – şi reciproc.

24 Doar curba mai păstrează ceva din conotaţia vegetală şi maternă; curbele tind să impună obiectelor valorile organice ale lucrurilor conţinute – sau de evoluţie naturală. Tocmai de aceea dispar sau devin eliptice.

25 într-adevăr, spaţiul se conotează şi *el prinvid*: în loc să ia naştere din interrelaţia vie a formelor (ca spaţiu „ritmat”), vedem cum formele devin relative unele faţă de altele *prin* vid, care e semnul formalizat al spaţiului. Într-o încăpere în care e spaţiu suficient, avem un *efect de natura*: acolo „putem respira”. De unde tentaţia vidului: pereţii goi semnifică cultura şi bunăstarea. Cutare bibelou va fi pus în valoare într-un loc gol. Astfel, „ambianţa” nu mai e, adesea, decât o dispunere formală în care un vid calculat „personalizează” câteva obiecte. Invers, în serie penuria de spaţiu distrage ambianţa, privind obiectele de această respiraţie fastuoasă. Poate că în această afectare a vidului trebuie să descifrăm reflectarea unei morale: a distincţiei şi a distanţei. Şi în acest caz avem de-a face cu o inversare a conotaţiei tradiţionale – cea a substanţelor pline, în care valoarea se înscria prin acumulare şi ostentaţie naivă.

26 Respingerea *morală* a instinctului semnalează încă o dată promiscuitatea cu acesta. Această promiscuitate a dispărut însă: în toate formele ei, natura e, în acelaşi timp, semnificată şi refuzată – tocmai prin semne.

HI. CONCLUZIE: NATURALITATE ŞI FUNCŢIONALITATE

Ajunşi la capătul acestei analize ce se apleacă asupra valorilor de aranjare şi de ambianţă, vom remarca faptul

că întregul sistem se bazează pe conceptul de funcţionalitate. Culori, forme, materiale, aranjare, spaţiu – totul e funcţional. Toate obiectele se vor funcţionale, aşa cum toate regimurile politice se vor democratice. Or, acest termen, care ascunde toată puterea de seducţie a modernităţii, e perfect ambiguu. Fiind derivat din „funcţie”, sugerează că obiectul se desăvârşeşte printr-un raport exact cu lumea reală şi cu nevoile omului. De fapt însă, din analizele precedente reiese că *„funcţionalul” nu califică deloc ceea ce e adaptat unui scop, ci ceea ce e adaptat unei ordini sau unui sistem*: funcţionalitatea e aptitudinea de integrare într-un ansamblu. În ceea ce priveşte obiectul, e tocmai posibilitatea de a-şi depăşi „funcţia” spre o funcţie secundă, de a deveni element de joc. de combinaţie şi de calcul într-un sistem universal de semne.

Prin urmare, sistemul funcţional se caracterizează întotdeauna, în acelaşi timp *şi în cea mai deplină ambiguitate*, ca:

1° o *depăşire* a sistemului tradiţional, sub trei aspecte: funcţia primară a obiectului; pulsiuni şi nevoi primare; o relaţie simbolică între acestea două.

2° un *refuz* simultan al celor trei aspecte solidare ale sistemului tradiţional.

Altfel spus:

1° Coerenţa sistemului funcţional al obiectelor vine din faptul că acestea (ca şi diferitele lor aspecte, culoarea, forma etc.) nu mai au, în cadrul lui, o valoare proprie, ci o funcţie universală – de semne. Ordinea Naturii (funcţie primară, pulsiuni, relaţie simbolică) e mereu prezentă în el, însă numai ca semn. Materialitatea obiectelor nu mai e în competiţie cu materialitatea nevoilor: aceste două sisteme, incoerente, primare şi antagoniste sunt eliberate prin înserarea între ele a unui sistem abstract de semne manevrabile: funcţionalitatea. În acelaşi timp, relaţia simbolică dispare: ceea ce transpare în semn e o natură continuu stăpânită, elaborată, abstractă, o natură salvată de eroziunea timpului şi de spaime, trecând neîncetat la

cultură prin virtuţile semnului: o natură sistematizată – o *natu-ralitate* (sau *culturalitate*, cum vreţi1). Această naturalitate e prin urmare corolarul oricărei funcţionalităţi. E corolarul modern al sistemului „ambianţei”.

2° Prezenţa întotdeauna *depăşită* a Naturii (la un mod mult mai coerent şi exhaustiv decât în toate culturile anterioare”) îi conferă acestui sistem valoarea de model cultural, şi de asemenea dinamismul obiectiv.

Prezenţa mereu *dezminţită* a Naturii face însă ca aceasta să fie un sistem de respingere, un gol şi un alibi (chiar dacă şi acesta e mai coerent decât toate cele ce l-au precedat).

Pe de o parte organizare şi calcul, pe de alta conotaţie şi refuz, avem de-a face cu o singură funcţie a semnului şi cu aceeaşi realitate: a lumii funcţionale.

ANEXA: LUMEA DOMESTICĂ ŞI AUTOMOBILUL

În esenţa ei, analiza pe care am încercat-o se înscrie în cadrul mediului domestic, al casei. Într-adevăr, aproape întreaga sumă a obiectelor noastre cotidiene se adună în câmpul locuinţei. Cu toate acestea, sistemul nu se epuizează în interiorul casnic. Mai are şi un element extern, care e una din dimensiunile lui importante: automobilul.

Obiect prin excelenţă, datorită faptului că rezumă toate aspectele analizei noastre: abstractizarea oricărei finalităţi practice în viteză, prestigiul conotaţiei formale, al conotaţiei tehnice, al diferenţierii silite, al investirii pasionate şi al proiectării fantasmatice. Mai mult decât în alte dispozitive, în el putem descifra întâlnirea sistemului subiectiv al nevoilor cu sistemul obiectiv al producţiei. Aspecte pe care, de altfel, le-am analizat deja. În cele ce urmează, dorim doar să insistăm asupra poziţiei automobilului în sistemul global.

Îl regăsim în complementaritate cu toate celelalte obiecte, dintre care fiecare nu apare, faţă de el, decât ca obiect parţial – nu numai pentru că e mai puţin complex, ci pentru că niciunul nu ocupă în sistem, de unul singur, o

poziţie specifică. Doar sfera casnică, în ansamblu (mobile, aparate, gadgeturi etc), stricturată de marea opoziţie aranjare/ambianţă, are. În relativa ei coerenţă, o valoare poziţională egală cu cea a automobilului. Pe planul trăit, sfera domestică, cu obligaţiile, funcţiile şi raporturile ei numeroase, e desigur mai amplă decât „sfera" conduitelor faţă de automobil. Pe planul sistemului însă, trebuie să admitem că, în zilele noastre, ea nu mai constituie decât unul din polii binari ai sistemului global, celălalt fiind tocmai automobilul.

Rezumând opoziţiile şi semnificaţiile latente ale interiorului domestic, automobilul îi adaugă acestuia o dimensiune de putere şi o transcendenţă care-i lipsea, fără a pune însă niciodată sistemul sub semnul întrebării: viaţa zilnică particulară primeşte, prin maşină, dimensiunile unei lumi, fără a înceta totuşi de a fi ceea ce este. În acest fel, sistemul se saturează, fără a se depăşi.

Deplasarea e o nevoie, iar viteza o plăcere. Posedarea unei maşini e o plăcere şi mai mare: e un fel de brevet de cetăţenie. Permisul de conducere e un fel de scrisoare de credit a unei aristocraţii în mişcare al cărei titlu de glorie e comprimarea şi viteza tot mai mare. Retragerea permisului nu e oaie, în zilele noastre, o adevărată excomunicare, un semn de castrare socială?

Fără a merge până acolo încât să vedem în automobil versiunea modernă a vechiului mit al contraiiilor cu privire la fuziunea inteligenţei umane şi a foiţei animale3, putem admite că maşina e un obiect sublim. Ea deschide un fel de paranteză absolută în lumea celorlalte obiecte cotidiene. Materia pe care o transformă, spaţiul-timp, e una ce nu poate fi comparată cu vreo alta.

Iar sinteza dinamică a ei, pe care maşina o realizează în viteză, e şi ea radical diferită de orice funcţie obişnuită. Mişcarea aduce ea însăşi un fel de fericire, dar euforia mecanică a vitezei e altceva: în imaginarul nostru, ea se întemeiază pe miracolul deplasării. Mobilitatea lipsită de efort constituie o fericire ideală, o suspendate a existenţei şi o stare de iresponsabilitate. Integrând spaţiul-timp,

viteza are drept efect faptul că readuce lumea la două dimensiuni, la o imagine, scutind-o de relief şi de devenire şi făcând din ea o sublimă nemişcare şi un obiect de contemplare. „Mişcarea, spune Schelling, e doar căutarea repausului”. Dincolo de 100 km/oră, avem presimţirea veşniciei (sau poate a nevrozei). Această stare de siguranţă, dincolo de lume sau dincoace de ea, e hrana euforiei automobilistice, ce nu are nimic dintr-un tonus activ: ea e o satisfacţie pasivă, al cărei decor însă se schimbă fără încetare.

Această „euforie dinamică” apare ca o antiteză a bucuriilor statice şi imobiliare din familie, şi de asemenea ca o paranteză în realitatea socială. *Joii Mai* ne propunea în acest sens confidenţa unui om, dintre milioane de atâţia alţii, pentru care maşina e un *no man*’s *land** între locul de muncă şi casa familială, un vector vid de simplu transport: „Nu mai am clipe plăcute, decalară el. decât pe drumul de la birou la mine acasă. Merg, merg întruna. Dar mai e ceva: astăzi nu sunt prea fericit, circulaţia e prea mare”. Şi astfel, maşina nu numai că se opune casei, într-un decor cotidian dedublat: ea e şi locuinţă, excepţională: o sferă de intimitate închisă, însă eliberată de constrângerile obişnuite ale intimităţii, înzestrată cu o libertate formală puternică şi cu o funcţionalitate ameţitoare. Intimitatea căminului e una a involuţiei în relaţii domestice şi în obişnuinţe; cea a automobilului e una a metabolismului accelerat al timpului şi spaţiului. Maşina e de asemenea spaţiul mereu posibil al *accidentului*, în care intimitatea cu noi înşine şi libertatea formală care nu e nicăieri atât de frumoasă ca-n moarte culminează în hazard, într-o şansă care uneori nu se realizează niciodată, dar care întotdeauna e imaginată şi asumată involuntar, cu anticipaţie. S-a realizat un compromis extraordinar suntem la noi acasă, şi totodată tot mai departe de casă. Maşina apare astfel ca centru al unei noi subiectivităţi, a cărei circumferinţă nu e nicăieri, în vreme ce subiectivitatea lumii domestice e circumscrisă.

Niciun obiect, niciun gadget sau aparat din viaţa

cotidiană nu oferă o sublimare şi o transfigurare de acest fel. Orice obiect funcţional comportă o supradeterminare de forţă, care însă e minimă în domeniul casnic sau imobiliar. De altfel chiar şi casă, ca întreg, nu e un domeniu al valorificărilor, cu excepţia cazului în care se depăşeşte în mondenitate sau ca obiect de prestigiu. (Una dintre problemele esenţiale ale cuplurilor e tocmai eşecul frecvent al valorificării reciproce.) Faţă de sectorul „orizontal" al vieţii cotidiene, domestice, maşina şi viteza reprezintă un fel de schemă „verticală", o a treia dimensiune4. Dimensiune nobilă, deoarece se îndepărtează nu numai de constrângerile organice ale existenţei, ci şi de cele sociale.

Dacă viaţa domestică pare a se include asupra ei dincoace de societate, automobilul, cu funcţionalitatea lui pură, ce are aerai că se leagă doar de stăpânirea spaţiului şi a timpului, pare a-şi desfăşura puterea de seducţie dincolo de societate. De fapt, în raport cu sfera socială, căminul şi maşina participă la aceeaşi abstracţie *privată*, binomul lor articulându-se cu binomul muncă / timp liber, ambele constituind ansamblul situaţiei cotidiene.

Această bipolaritate sistematică (maşina, excentrică faţă de cămin dar totuşi complementară cu el) tinde să refacă repartizarea sociologică a rolurilor în funcţie de sex. Într-adevăr, maşina rămâne deseori apanajul bărbatului... Tata are Peugeotul lui, mama îşi are lucrurile ei", scrie într-o reclamă. Bărbatul are maşină, femeia mixer, râşniţă de cafea, robot culinar etc5. Universul familial e domeniul alimentelor şi al aparatelor multifuncţionale. Bărbatul e însă rege în afara casei, într-o lume al cărei semn eficace e maşina: el nu apare în imagini. O aceeaşi opoziţie se manifestă aşadar pe două planuri: al obiectelor şi al rolurilor (în cazul nostru – lucra semnificativ – în cadrul aceluiaşi univers Peugeot).

Întâlnire care, fără îndoială, nu e întâmplătoare. Ea reia, într-adevăr, determinări psihosexuale adânci.

Am văzut în ce fel viteza e, în acelaşi timp, transcendenţă şi intimitate, în ea, stăpânirea spaţiului ca

semn abstract al lumii reale şi exercitarea puterii e o proiectare narcisistă. Să ne gândim la valoarea „erotică” a automobilului sau a vitezei: înlăturând tabuuri sociale, şi de asemenea răspunderea imediată, mobilitatea maşinii face să piară un întreg sistem de rezistenţe faţă de noi înşine şi faţă de alţii: tonus, brio. Îndrăzneală, exaltare – toate sunt datorate gratuităţii situaţiei celui din automobil. Pe de altă parte, ea favorizează relaţia erotică prin intermediul unei duble proiecţii narcisiste în acelaşi obiect falie (maşina) sau în aceeaşi funcţie falică obiectivă (viteza). Erotismul automobilului nu se bazează prin urmare pe o apropiere sexuală activă, ci pe seducţia narcisistă pasivă a fiecăruia dintre parteneri, şi pe o comuniune narcisistă într-un obiect identic6. Valoarea erotică joacă aici rolul pe care imaginea (reală sau psihică) îl are în masturbare.

În acest sens, asimilarea automobilului cu femeia e un lucru fals7. Dacă întreaga publicitate vorbeşte despre maşină ca despre o femeie: „e suplă, de calitate aleasă, confortabilă, practică, ascultătoare, pasionată” etc, faptul e datorat feminizării generale a obiectelor în lumea publicităţii, femeia-obiect fiind schema de convingere şi mitologia socială cea mai eficace. Toate obiectele, prin urmare şi maşina, devin femei – pentru a fi cumpărate. Dar în aceasta avem doar efectul unui sistem cultural. Devenirea fantasmatică a maşinii e de alt ordin. După folosire, dar şi după caracteristici (de la decapotabilele de curse la limuzina moale), maşina se pretează unei investiţii ca obiect al puterii, ca şi uneia ca obiect de refugiu – după cum e privită: ca proiectil sau ca adăpost. În adâncul ei însă, asemenea oricărui obiect funcţional, mecanic, maşina e trăită în primul rând – de toată lumea: bărbaţi, femei, copii – ca falus, obiect de manipulare, de grijă şi de fascinaţie. Proiecţie falică şi narcisistă totodată, forţă imobilizată de propria-i imagine. În ce priveşte aripa de maşină, am arătat în ce fel formele înseşi conotează acest discurs inconştient.

Cultura şi natura nu se opun aici, într-adevăr, decât

formal, schimbându-şi locurile la nivelul semnului: în conceptele de „naturalitate” şi „culturalitate” sufixele sunt hotărâtoare. Vom regăsi sufixul în cauză pretutindeni: fine-finalitate, funcţie-funcţionalitate; mai recent istorie-istorialitate, persoană-personalitate (personalizare) etc. – în dorinţa de a arăta mereu trecerea la sensul abstract, secund, la nivelul semnului şi de a semnifica, prin aceasta, o importanţă esenţială în analizele oricărei sistematici, şi în mod deosebit în cele ale structurilor de conotaţie.

2 Aceasta fiindcă cultura n-a fost niciodată altceva. Pentru întâia oară însă, astăzi avem, la nivelul cotidian, premisele unui sistem în măsură să asume, în abstracţia lui, toate determinările obiectelor, prin urmare să meargă foarte departe în autonomia lui internă, ba chiar să ajungă (ca la propria-i finalitate) la o sincronie desăvârşită între om şi ambianţă, prin reducerea celor două la semne şi elemente simple.

Asupra mitologiei centaurului şi a fantasmelor proiectate în cal şi în automobil v. *Colecţia*. * *Noman's land* (engl.): teritoriu gol, ţară a nimănui.

4 De unde repulsia bine cunoscută a utilizatorului obişnuit faţă de securitatea în automobil (centurile etc). Securitatea e „acasă”, iar maşina e, în acest sens, altceva: contrariul casei.

5 Trebuie să recunoaştem că apropierea dintre bărbat şi maşină, ca şi cea dintre femeie şi casă, tinde să se atenueze, cel puţin în fapt dacă nu la nivelul reprezentărilor.

6 Relaţia de complicitate narcisistă prin intermediul unui obiect sau al unui sistem de obiecte a fost întrevăzută recent, în ceea ce priveşte cuplul, de Georges Perec, în romanul *Les Choses* (1965). În el vedea aspectul modern al vieţii în comun: totul tinde la a face din obiecte punctul de pornire a relaţiilor, şi din relaţie (sexuală, conjugală, familială, microsocială) un cadru al consumului de obiecte.

7 în funcţie de limbă, maşina e când de genul masculin, când feminin.

B. SISTEMUL NEFUNCŢIONAL SAU DISCURSUL

SUBIECTIV

I. OBIECTUL MARGINAL: OBIECTUL VECHI

O întreagă categorie de obiecte pare să iasă din sistemul pe care tocmai l-am analizat: cele deosebite, baroce, folclorice, exotice, vechi. Par a contrazice exigenţele calculului funcţional, răspunzând unei alte vocaţii: de mărturie, de reamintire, de nostalgie sau de evadare. Am putea fi tentaţi să vedem în ele o rămăşiţă a ordinii tradiţionale şi simbolice. Aceste obiecte însă, cât ar fi de diferite, fac şi ele parte din modernitate, trăgându-şi dublul lor sens tocmai din ea.

VALOAREA LUI DE AMBIANŢĂ: ISTORIALITATEA

La drept vorbind, aceste obiecte nu sunt un accident al sistemului: *funcţionalitatea obiectelor moderne devine istorialitate a obiectului vechi* (sau marginalitate a obiectului baroc, sau exotism al celui primitiv), *fără ca prin aceasta să aibă o funcţie sistematică de semn*. De fapt, tocmai conotaţia „naturală" şi „naturalitatea" culminează în semnele sistemelor culturale anterioare. Bricheta pe care am descris-o era deja mitologică prin referirea la mare, dar mai servea la ceva; prin referirea la trecut, obiectele vechi sunt însă pur mitologice. Nu mai au incidenţă practică, apărând în faţa noastră doar pentru a semnifica. Sunt astructurale şi neagă structura, fiind punctul limită în care funcţiile primare sunt anulate. Cu toate acestea, nu sunt aruncţionale, şi nici doar „decorative": ele au, în cadrul sistemului, o funcţie specifică: semnifică timpu11.

Sistemul ambianţei e un sistem de extensie, dar năzuieşte să fie total, să recupereze întreaga existenţă, prin urmare şi dimensiunea fundamentală a timpului. Desigur, în obiectul vechi nu e reluat timpul rea12, ci semnele şi indicii culturali ai timpului, Prezenţa alegorică a acestora nu contrazice prin urmare organizarea generală: totul se împlineşte în ele, natura ca şi timpul, şi nimic nu li se poate sustrage. Dacă însă natura se lasă abstractizată şi sistematizată cu uşurinţă, timpul e într-o situaţie diferită. Contradicţia vie pe care o poartă în el se

integrează cu greutate în logica unui sistem. Tocmai această slăbiciune „cronică" poate fi sesizată în conotaţia spectaculară a obiectului vechi. În vreme ce conotaţia naturală e în stare să se facă subtilă, conotaţia „istorică" sare mereu în ochi. Obiectul vechi pare că vrea să fie dintotdeauna o tapiserie. Oricât ar fi de frumos, rămâne „excentric". Şi oricât ar fi de autentic, are un aer oarecum fals. Putem chiar spune că e astfel în *măsura în care încearcă să treacă drept autentic într-un sistem al cărui temei nu e câtuşi de puţin autenticitatea,* ci *relaţia calculată şi abstracţia semnului.*

Valoarea lui simbolică: *mitul originii*

Prin urmare, există un statut aparte al obiectului vechi. În măsura în care se manifestă pentru a face să dispară timpul în ambianţă şi în care e trăit ca semn, el nu e diferit de niciun alt element, fiind relativ la toate celelalte3. Dimpotrivă însă, în măsura în care e mai puţin legat de celelalte obiecte, şi în care se prezintă ca o totalitate sau ca o prezenţă autentică, are – un statut psihologic special. E trăit în alt fel. Nefiind de folos la nimic, serveşte totuşi la ceva, în adâncimea lui. De unde răsare, oare, această motivare tenace spre cele vechi, spre mobila din alte vremuri, spre autentic, spre obiectul „de stil", rustic, artizanal, spre lucrurile confecţionate manual, spre vasele indigene, spre folclor etc? De unde vine ciudatul fenomen de aculturare care-i duce pe oamenii civilizaţi spre semne excentrice, în timp şi spaţiu, propriului lor sistem cultural, spre semne mereu anterioare – fenomen invers celui ce-i împinge pe „subdezvoltaţi" spre produsele şi semnele tehnice ale societăţilor industriale?

Exigenţa căreia îi răspund obiectele vechi4 e una a fiinţei definitive, împlinite. Timpul obiectului mitologic e perfectul: timpul lucrurilor ce se petrec în prezent ca şi ceva ce a avut loc cândva, şi care tocmai prin aceasta se întemeiază, ca „autentice", în ele însele. În sensul tare al cuvântului, obiectul vechi e mereu un „portret" de familie. Sub forma concretă a unui obiect avem de-a face cu fixarea

în memorie a unei fiinţe anterioare – proces ce echivalează, în ordinea imaginară, cu o elidare a timpului. Tocmai aceasta le lipseşte, evident, obiectelor funcţionale, care există doar în actualitate, la indicativ sau la imperativul practic, epuizându-se în folosire fără a fi fiinţat niciodată şi care, dacă asigură cum pot un mediu înconjurător în spaţiu, nu-l asigură însă în timp. Obiectul funcţional e eficace, cel mitologic e împlinit. El semnifică evenimentul încheiat, naşterea lucrurilor. Nu sunt cel ce există acum, iată marea mea spaimă; sunt cel ce a existat cândva, urmând firul unei naşteri inversate, al cărei semn e obiectul din faţa mea, ce se pierde în timp plecând din prezent, prin regresiune5. Obiectul vechi apare astfel ca mit al originii.

„AUTENTICITATEA”.

În cele ce urmează, vom apropia gustul pentru lucrurile vechi de pasiunea colecţiei6. Între cele două există afinităţi adânci: regresiunea narcisistă, sistemul elidării timpului, stăpânirea imaginara a naşterii şi a morţii. Cu toate acestea, trebuie să distingem, în mitologia obiectului vechi, două aspecte: nostalgia originilor şi obsesia autenticităţii. Ambele par a decurge din reamintirea mitică a naşterii pe care, în închiderea sa temporală, o constituie obiectul vechi: a ne fi născut implică faptul de a fi avut un tată şi o mamă. Involuţia spre origini e, evident, o regresiune spre mamă: cu cât obiectele sunt mai vechi, cu atât mai mult ne apropie de o eră anterioară, de „divinitate”, de natură, de cunoştinţele primitive etc. Acest gen de mistică există deja, arată Maurice Rheims, în Evul Mediu timpuriu: un bronz sau o gemă greacă acoperite de semne păgâne primesc, în ochii creştinilor din secolul al DC-lea, virtuţi magice. Vorbind strict, exigenţa de autenticitate, ce se traduce printr-o obsesie a certitudinii, e altceva: ea priveşte originea operei, data şi autorul ei, semnătura de pe ea. Simplul fapt că un obiect a aparţinut cuiva celebru sau puternic îi conferă valoare. Fascinaţia obiectului artizanal vine din faptul că a trecut prin mâna cuiva, a cărui muncă e

înscrisă încă în el: fascinaţie a lucrului *creat* (şi care, din acest motiv, e unic, deoarece *clipa* creării e ireversibilă). Or, căutarea *urmei creatoare*, începând cu amprenta reală şi ajungând la semnătură, e şi una a filiaţiei şi a transcendenţei paterne. Autenticitatea vine mereu de la un tată, care e, întotdeauna, izvorul valorii. Iar obiectul vechi trezeşte în imaginaţie tocmai această filiaţie sublimă, odată cu involuţia spre sânul matern.

SINDROMUL NEO-CULTURAL: RESTAURAREA

Căutarea autenticităţii (= a-ţi avea temeiul în tine însuţi) e prin urmare căutarea unui *alibi* (= a fi altundeva). Vom limpezi aceste două noţiuni cu un exemplu de restaurare nostalgică foarte bine cunoscut: „Cum să ne reparăm ruinele”.

Iată cum procedează un arhitect cu o veche fermă din Île-de-France: „Pereţii, deoarece au putrezit din lipsa fundaţiei, au fost dărâmaţi. Partea vechiului hambar care era situată spre nord a fost dată la o parte pentru a lăsa loc liber unei terase… Cei trei pereţi groşi au fost, desigur, reînălţări. Etanşeitatea a fost asigurată de un spaţiu gol de O, 70 m, sub dala gudronată, de-a lungul planşeului… Nici scara şi nici căminul nu au existat în vechea construcţie… Lespezi din piatră de Marsilia, dale de Clamart, ţigle din Burgundia, garaj în grădină, mari uşi-ferestre… Bucătăria e modernă în întregime, ca şi baia etc”. Dar: „Paianta, care era în stare bună, a fost reutilizată în noua construcţie”; de asemenea, „cadrul din piatră al uşii de la intrare a fost ferit cu grijă când restul era distrus; ţiglele şi pietrele au fost refolosite” (*La Maison Française*, mai 1963). Într-adevăr, putem vedea în nişte fotografii ce a mai rămas din vechea formă după „auscultarea de către arhitect” şi după „opţiunile lui categorice”: trei bârne şi două pietre. Pe aceste pietre însă ne vom putea construi viitoarea casă la ţară. Iar în pietrele portalului, simbolic inaugurale, stă, ca valoare, întregul edificiu. Tocmai ele scuză toate compromisurile pe care modernitatea le face, în cazul ansamblului nostru, cu natura, având totuşi o intenţie nevinovată: creşterea confortului. Devenit stăpân de

fermă, arhitectul a construit de fapt casa modernă pe care şi-o dorea; dar modernitatea nu e de ajuns pentru a o pune în valoare şi pentru a face din ea o „locuinţă”: mai e nevoie de ceva viu. Aşa cum o biserică nu e cu adevărat sfinţită decât dacă în ea sunt aduse nişte oseminte sau moaşte, arhitectul nu se va simţi la el acasă (în sensul puternic al cuvântului: nu va putea să scape de un fel de spaimă) decât dacă va percepe undeva, în pereţii lui noi-nouţi, prezenţa infimă, însă sublimă, a unei pietre ce aduce mărturia generaţiilor trecute. Piatră fără care încălzirea cu păcură şi garajul (deasupra căruia a aşezat o grădină alpină) nu ar fi, vai, decât ceea ce sunt: triste nevoi ale confortului. Nu numai amenajarea funcţională a salvată de autenticitatea acestor pietre, ci, într-o anumită măsură, chiar şi exotismul cultural al decorului secundai” (deşi acesta e „de foarte prost gust şi nu pare deloc rustic”): lămpi de culoare opalină, fotolii de rogojină, fotolii dalmate „ce erau atârnate, cândva, de o parte şi de alta a spinării măgarului”, oglinzi romantice etc. Şireteniile relei conştiinţe culturale sfârşesc prin a ajunge la un paradox straniu: în vreme ce garajul se ascunde sub o falsă grădină alpină, vasul cu jăratec pentru încălzirea patului, accesoriu pur rustic, e păstrat „nu pentru decor, ci pentru a ne servi de el”! „Va fi folosit iarna!” în primul caz, materialitatea practică a fost disimulată, în cel de-al doilea esenţa practică a fost reintrodusă printr-o acrobaţie, deoarece într-o casă încălzită cu păcură vasul cu jăratec e perfect inutil. Tocmai de aceea nu mai e, de fapt, unul adevărat, ci un simplu semn cultural; acest vas cultural şi nejustificat devine imaginea absolut fidelă a întregii zădărnicii a casei ca întreprindere de recuperare a stării naturale – şi de asemenea o fidelă imagine a arhitectului însuşi, care nu are nimic de făcut în ea, deoarece existenţa socială reală a lui se desfăşoară altundeva, *fiinţa* lui însăşi aflându-se în alt loc, iar natura nefiind pentru el decât un lux cultural. Dacă ne-o putem oferi nu e nimic nefiresc, dai” el priveşte lucrurile altfel: cum vasul cu jăratec nu foloseşte la nimic, e un semn al bogăţiei, ţinând prin urmare de domeniul

averii şi al prestigiului, nu de cel al fiinţei. Vom spune prin urmare că serveşte la ceva, iar obiectele cu adevărat utile, precum cazanul cu păcură sau garajul vor fi camuflate cu grijă, ca un viciu de neînlăturat în sânul naturii. Vasul e, astfel, propriu-zis mitologic, ca şi întreaga casă, chiar dacă pe un plan diferit ea e absolut reală şi funcţională, deoarece răspunde unei dorinţe foarte precise de confort şi aer curat. Dacă în loc să radă din temelii vechea locuinţă şi să construiască mai apoi în funcţie de confortul dorit arliitectul a ţinut să salveze piatra şi bârna, e din cauză că trăia ca inautentică funcţionalitatea rafinată şi impecabilă a casei lui de ţară, care nu-l mulţumea în mod profund.

Omul nu e „acasă” în mediul funcţional, şi are nevoie de un fel de aşchie din Crucea adevărată care a sfinţit biserici ca de un talisman sau un fragment de realitate absolută, aflat în inima realităţii şi prins în ea ca să o justifice. Tocmai acesta e rolul obiectului vechi, care primeşte întotdeauna, în sânul mediului ce-l înconjoară, o valoare de embrion, de celulă-mamă. Prin el, fiinţa dispersată se identifică cu situaţia originară şi ideală a embrionului: involuţie spre starea microcosmică şi centrală a fiinţei de dinainte de naştere. Astfel de obiecte, fetişizate, nu sunt doar accesorii, şi nici simple semne culturale printre alte semne: ele simbolizează o transcendenţă interioară, fantasma inimii unei realităţi din care-şi trage puterile orice conştiinţă individuală – fantasma proiectării unui detaliu echivalent al eului, în jurul căruia se organizează tot restul lumii. Fantasmă sublimă a autenticităţii, care se rezolvă dincoace de realitate (*subliniind*). Asemenea relicvelor7, a căror funcţie o secularizează, obiectul vechi reorganizează lumea într-o constelaţie, în contrast cu organizarea funcţională în extensie; el vizează şi păstrarea irealităţii adânci şi esenţiale a focului interior, ferind-o de lumea din afară.

Simbolizând schema de înscriere a valorii într-un cerc închis şi într-un timp perfect, obiectul mitologic nu încarnează un discurs ţinut în faţa altora, ci unul îndreptat spre sine. Insule sau legende, aceste obiecte ne trimit la o

copilărie dinaintea timpului, sau chiar la o anterioritate şi mai adâncă: a prenaşterii, în care subiectivitatea pură se preschimba, liber, în ambianţă, şi în care ambianţa nu a fost altceva decât discursul perfect al fiinţei în faţa ei însăşi.

SINCRONIE, DIACRONIE, ANACRONE

În mediul domestic, aceste obiecte formează o sferă şi mai intimă încă: ele sunt mai puţin obiecte pe care le posedăm cât obiecte ce intermediază în favoarea noastră, precum strămoşii, care sunt tot ce poate fi mai legat de viaţa noastră privată. Ne fac să evadăm din viaţa cotidiană, iar evadarea nu e niciunde aşa de radicală ca în timp8, şi nici aşa de adâncă ca în propria noastră copilărie. Poate că ceva din această evadare metaforică există în orice sentiment estetic, însă opera de artă ca atare cere o descifrare raţională: obiectul vechi nu are exigenţe de acest soi; el e un fel de „legendă", deoarece e desemnat, în primul rând, de coeficientul lui mitic şi de autenticitate. Epoci, stiluri, modele sau serii, faptul că e sau nu preţios, adevărat sau fals, nimic nu schimbă specificitatea lui trăită: nu e nici adevărat şi nici fals, ci „perfect" – nici interior şi nici exterior, e doar un „alibi" –, nici sincronic şi nici diacronic (nu se înserează nici într-o structură ambientală, şi nici într-una temporală), e *anacronic*. Raportat la cel care-l posedă, nu e nici atributul lui „a fi" şi nici obiectul lui „a avea"; ţine mai curând de categoria gramaticală a obiectului intern, ce declină aproape tautologic substanţa verbului.

Obiectul funcţional e absenţa fiinţei. Prin el, realitatea opreşte regresiunea spre acea dimensiune „perfectă" din care, pentru a fi, lucrurile trebuie doar să iasă. Tocmai de aceea pare atât de sărac: din cauză că, oricare i-ar fi preţul, calităţile, renumele, este şi rămâne o configuraţie ce atestă pierderea imaginii Tatălui şi Mamei. Bogat ca funcţionalitate şi cu putere săracă de a semnifica, trimite la actualitate şi se epuizează în cotidian. Obiectul mitologic, cu toate funcţionalitatea lui minimă şi puterea lui maximă de semnificare, trimite la ancestralitate, sau

chiar la anterioritatea absolută a naturii. Pe planul trăirii, aceste fapte contradictorii coexistă în interiorul aceluiaşi sistem, fiind complementare. Tocmai de aceea, arhitectul nostru poate avea şi încălzire cu păcură şi vas cu jăratec ţărănesc. La altcineva vor coexista aceeaşi carte în format de buzunar şi într-o ediţie rară şi veche, maşina de spălat electrică şi centrifuga pentru lenjerie, dulăpiorul funcţional îngropat în perete şu cufărul spaniol ce iese în evidenţă9: complementaritatea ilustrată, la limită, de proprietatea dublă, acum foarte obişnuită: un apartament în oraş şi o casă la ţară.

Acest duel al obiectelor e, de fapt, un duel în interiorul conştiinţei: el pune în lumină o slăbiciune, precum şi încercarea de a o corecta la modul regresiv. Într-o civilizaţie în care *sincronia* şi *diacronia* tind să organizeze un control sistematic şi exclusiv al realităţii, apare atât la nivelul obiectelor cât şi la acela al comportamentelor şi structurilor sociale o a treia dimensiune: a *anacroniei*. Confirmând eşecul relativ al sistemului, această dimensiune regresivă îşi găseşte totuşi refugiu în sistem, căruia, în mod paradoxal, îi permite să funcţioneze.

PROIECŢIA INVERSĂ: OBIECTUL TEHNIC LA „PRIMITIVI”.

Coexistenţa echivocă a modernului funcţional şi a „decorului” vechi nu apare, evident, decât la un anumit stadiu de dezvoltare economică, de producţie industrială şi de saturare practică a mediului înconjurător. Straturile sociale mai puţin favorizate (ţărani, muncitori), ca şi „primitivii”, nu au ce să facă cu lucruri vechi şi aspiră la obiecte funcţionale. Cu toate acestea, cele două demersuri au un oarecare raport între ele: când „sălbaticul” se repede asupra unui ceas sau a unui stilou, pentru simplul motiv că e vorba de un obiect „occidental”, sesizăm un fel de absurditate comică: el nu-i dă obiectului în cauză un sens, ci şi-l însuşeşte cu mare lăcomie: relaţie infantilă şi fantasmă a puterii. Obiectul nu mai are funcţie, ci o vortute: e un semn. Dar oare nu acelaşi proces de

aculturale impulsivă şi de însuşire magică îi împinge pe „civilizaţi” în pădurile secolului al XVI-lea sau spre icoane? Ambii, „sălbaticul” şi „civilizatul”, captează sub formă de obiecte o „virtute”, unul având cauţiunea modernităţii tehnice, celălalt a ances-tralităţii. Această „virtute” nu e, totuşi, aceeaşi, într-un caz şi în altul. La „subdezvoltat” avem imaginea Tatălui ca *Putere* (în speţă ca putere colonială11). La „civilizatul” nostalgic, avem imaginea Tatălui ca *naştere* şi valoare. În primul caz, un mit proiectiv, în al doilea – involuntiv. Mit al puterii, mit al originii: ceea ce-i lipseşte omului e dintotdeauna investit în obiect – la „subdezvoltat”, în obiectul tehnic e fetişizată puterea, la „civilizatul” tehnic e fetişizată, în obiectul mitologic, naşterea şi autenticitatea.

Acestea fiind stabilite, fetişismul e unul şi acelaşi: la limită, orice obiect vechi e frumos *pur şi simplu pentru că a supravieţuit, devenind astfel semnul unei vieţi anterioare*. Ceea ce ne face să juxtapunem obiectelor funcţionale, semne ale puterii noastre actuale, obiecte mitologice, semne ale unei dominaţii anterioaie, e curiozitatea anxioasă faţă de propria noastră origine. Căci vrem, în acelaşi timp, să nu venim decât din noi înşine, şi de asemenea din altcineva: să urmăm după un Tată şi să ne tragem dintr-un Tată. Omul nu va putea să aleagă poate niciodată între proiectul prometeic de reorganizare a lumii şi de substituire în locul Tatălui, şi proiectul ce ne face să coborâm, prin filiaţie, dintr-o fiinţă originara. Chiar şi obiectele fac vizibilă această ambiguitate de nerezolvat. Unele sunt o mediere a prezentului, altele a trecutului, şi valoarea celor din urmă se traduce prin absenţă. Obiectele vechi sunt, într-un fel, precedate de o particulă, iarnobleţea lor ereditară compensează desuetudinea precoce a celor moderne. Cândva, bătrânii erau frumoşi pentru că erau „mai apropiaţi de Dumnezeu” şi aveau o experienţă mai bogată. În zilele noastre, civilizaţia tehnică neagă înţelepciunea bătrânilor, înclinându-se cu toate acestea în faţa densităţii lucrurilor vechi, singurele cu o valoare sigură, încinsă în ele.

PIAŢA LUCRURILOR VECHI

Vance Packard descrie în *Les Objects du standing* mai mult decât un simplu prarit: persoanele şic din Boston, ce-şi pun ferestre cu sticlă veche, în reflexe: „Defectele acestor bucăţi de sticlă sunt foarte apreciate, deoarece materialul provine dintr-o încărcătură de calitate inferioară expediată în America de sticlarii englezi acum mai bine de trei secole” (p.67). Sau, „când un cetăţean care locuieşte la periferia unui oraş aspiră să pătrundă în clasa medie superioară, cumpără antichităţi, simbol al unei poziţii sociale pe care averea lui recentă o face acum posibilă” (p.67). Căci, în sfârşit, prestigiul social poate să se exprime în mii de feluri (maşină, vilă modernă etc). De ce, atunci, preferăm să-l semnificăm prin trecut? 12 Orice valoare dobândită tinde să se transforme în valoare ereditară, într-un har primit. Cum însă sângele, naşterea şi titlurile şi-au pierdut din valoarea ideologică, rămâne ca semnele lor materiale să semnifice transcendenţa: piese de mobilier, obiecte, bijuterii, opere de artă din orice loc şi de oricând. În numele lor, o întreagă pădure de semne şi de idoli „de referinţă” (autentice sau nu, contează prea puţin), o întreagă vegetaţie magică de mobile adevărate sau false, de manuscrise şi de icoane invadează piaţa. În totalitatea lui, trecutul revine în circuitul consumului. Uneori chiar sub forma pieţei negre. Noile Hebride, Spania romanică şi târguiile de vechituri nu mai sunt de ajuns pentru a alimenta pofta primitivistă şi nostalgică pe care o trădează interioarele burgheze ale lumii occidentale. Tot mai multe statui ale Fecioarei sau ale sfinţilor, tot mai multe tablouri dispar din muzee şi din biserici. Sunt cumpărate la negru de proprietari bogaţi ai unor rezidenţe prea noi pentru adâncul lor nesaţ. În sfârşit, iată un paradox cultural, dar un adevăr economic: doar imitaţia frauduloasă mai poate satisface această sete de „autenticitate”.

NEO-IMPERIALISMUL CULTURAL

De fapt, un acelaşi imperialism supune natura prin obiecte tehnice şi domesticeşte culturile prin obiecte vechi. Un acelaşi imperialism, dezvoltat în decorai privat,

adună în jurul lui un mediu domesticit funcţional şi semnele îmblânzite ale trecutului: obiecte-strămoşi de esenţă sacră însă desacralizate, a căror sacralitate (sau istorialitate) vrea să transpară într-o intimitate lipsită de istorie.

Şi astfel trecutul, în integralitatea lui, ca inventai" al formelor de consum, vine să se adauge inventarului formelor actuale, constituind astfel un fel de sferă transcendentă a modei.

1 Ne limităm analiza la obiectul „vechi", deoarece e exemplul cel mai limpede de obiect „nesistematic". E evident însă că ea ar putea fi desfăşurată, pe aceleaşi baze, plecând şi de la alte subcategorii de obiecte marginale.

2 Tot aşa cum naturalitatea e, de fapt, refuzul naturii, istorialitatea e refuzul istoriei prin exaltarea semnelor acesteia – o prezenţă respinsă a istoriei.

3 De fapt, obiectul vechi se integrează cu totul în structurile de ambianţă, deoarece acolo unde e prezent e trăit fără excepţie ca unul „cald", în opoziţie cu mediul înconjurător modern, care e „rece".

4 Şi de asemenea, o reamintim, obiectele exotice, prin extensie: dezrădăcinarea şi diferenţa de latitudine echivalează oricum, pentru omul modern, cu o cufundare în trecut (exemplu: turismul). Obiecte făcute de mână, indigene; jucărioare de pretutindeni – ceea ce fascinează e mai puţin multiplicitatea pitorească a acestora cât anterioritatea formelor şi modalităţilor de fabricare, aluzia la o lume anterioară, regăsită în universul copilăriei şi. al jucăriilor.

5 Două mişcări inverse: în măsura în care se integrează în sistemul cultural *actual*, obiectul vechi *semnifică* în prezent, din profunzimea trecutului, *dimensiunea de vid a timpului*. Ca regresiune individuală, el exprimă dimpotrivă mişcarea prezentului spre trecut, pentru a proiecta în ultimul dimensiunea de vid a fiinţei.

6 V. mai departe, *Colecţia*.

7 Relicva semnifică posibilitatea de a închide persoana divină sau sufletul morţilor într-un obiect. Iar

relicvă fără raclă nu există. Valoarea „alunecă” de la relicvă la raclă, care e de aur şi afişează clar valoarea autenticului, devenind astfel mai eficace din punct de vedere simbolic.

8 Deplasarea turistică se dublează astfel întotdeauna cu căutarea timpului pierdut.

9 Nu căutaţi corelaţii de la termen la termen: decuparea câmpului funcţional al obiectelor moderne e diferit de cel al obiectelor vechi. De altfel, funcţia celor din urmă nu mai are semnificaţie, în acest caz, decât de funcţie abolită.

10 Această dedublare a vechiului cămin unic în rezidenţă principală şi secundară, în habitat funcţional şi „naturalizat” e desigur ilustrarea cea mai limpede a procesului sistematic: sistemul se dedublează pentru a se echilibra în termeni formal contradictorii, însă de fapt complementari. Lucru ce acoperă ansamblul vieţii cotidiene, în structura muncă/timp liber, în care timpul liber nu e câtuşi de puţin o depăşire, şi nicio ieşire din viaţa activă: un cotidian unic se dedublează, pentru a putea să se instituie ca sistem coerent şi definitiv, dincolo de contradicţiile reale. Procesul e, desigur, mai puţin vizibil la nivelul obiectelor izolate, dar ceea ce trebuie reţinut e că fiecare obiect-funcţie e succeptibil de dedublare *şi de a se opune astfel formal lui însuşi, pentru a se integra mai bine ansamblului*.

11 Şi pentru copil, obiectele ambiante provin, în primul rând, de la tată (iar la vârsta mică de la mama falică). Însuşirea obiectelor e însuşirea puterii tatălui (R. Barthes arată acest lucru cu exemplul automobilului, în *Rtalites*, oct. 1963), Practicile infantile urmează procesul de identificare cu tatăl, cu toate conflictele ce decurg din ea: e mereu ambiguă şi marcată de agresivitate.

12 O facem tot mai insistent, pe măsură ce ne ridicăm pe scara socială, dar cu toate acestea foarte repede dacă plecăm de la un anumit nivel şi de la o „aculturare urbană” minimă.

II. SISTEMUL MARGINAL: COLECŢIA

Printre alte accepţii ale obiectului, Littre o dă pe aceasta: „Tot ce e cauza, subiectul unei pasiuni. La modul figurat, şi prin excelenţă: obiectul iubit”.*

Vom admite că obiectele cotidiene sunt într-adevăr obiecte de pasiune: cea a proprietăţii private, a cărei investire afectivă nu dă înapoi în faţa pasiunilor umane; e o pasiune cotidiană, care adesea e mai puternică decât toate celelalte, şi care uneori domină de una singură, în lipsa celorlalte. Pasiune temperată, difuză, regulatoare, al cărei rol fundamental în echilibrul vital al subiectului şi al grupului, ca şi în hotărârea de a trăi îl măsurăm cu greu. În acest sens, obiectele sunt, la un moment dat, încă ceva profund legat de subiect, fie şi dincolo de utilizarea de către noi a lor: nu doar un trup material, rezistent, ci un orizont mental pe care suntem stăpâni, un lucru al cănii sens suntem noi înşine, o proprietate, o pasiune.

OBIECTUL DESPĂRŢIT DE PROPRIA-I FUNCŢIE

Dacă folosesc frigiderul în scopul de a răci, el e o mediere practică: nu e obiect ci frigider. În această măsură, nu îl posed. Posesia nu se referă niciodată la un ustensil, ci mă trimite la o lume, fiind întotdeauna posesie *a unui obiect despărţit de propria-i funcţie şi devenit relativ faţă de un subiect*. La acest nivel, toate obiectele posedate participă la aceeaşi *abstracţie* şi trimit unele la altele în măsura în care nu trimit decât la subiect. Şi astfel se constituie într-un sistem prin care subiectul încearcă să reconstituie o lume, o totalitate privată.

Prin urmare, orice obiect are două funcţii: de a fi utilizat şi de a fi posedat. Prima se referă la câmpul de totalizare practică a lumii de către subiect, a doua la o întreprindere de totalizare abstractă a subiectului de către el însuşi, în afara lumii. Aceste funcţii sunt invers proporţionale una cu cealaltă. La limită, obiectul strict practic primeşte un statut social: de dispozitiv maşinal. La celălalt pol, obiectul pur, lipsit de orice funcţie sau despărţit de propria-i folosire, ia un statut strict subiectiv: devine obiect de colecţie. Încetează de a mai fi covor, masă, busolă sau bibelou, devenind „obiect”. Un „obiect

frumos”, va spune colecţionarul, nu o statuetă frumoasă. Când obiectul nu mai e specificat de funcţie, e calificat de subiect; atunci însă toate obiectele sunt echivalente prin posesie, care e un fel de abstracţie pasionată. Unul nu mai e de ajuns: e nevoie de o succesiune, până la urmă de o serie totală ce rezumă proiectul împlinit. Tocmai de aceea posedarea unui obiect, oricare ai fi acesta, e întotdeauna motiv de mulţumire şi de decepţie laolaltă: seria prelungeşte posesia şi o însufleţeşte. Cam acelaşi lucru se întâmplă şi pe plan sexual: dacă relaţia de dragoste vizează fiinţa în singularitatea ei, posedarea, ca atare, nu se mulţumeşte decât cu o succesiune de obiecte sau cu repetarea aceluiaşi, ori cu presupunerea posedării tuturor. Doar o organizare mai mult sau mai puţin complexă de obiecte ce trimit unul la celălalt îl constituie pe fiecare într-o abstracţie suficientă pentru a putea fi recuperat de subiect în abstracţia trăită pe care o reprezintă sentimentul posesiei.

Această organizare se numeşte colecţie. Mediul înconjurător obişnuit păstrează un statut ambiguu: în el, funcţionalitatea se pierde neîncetat în subiectivitate, iar posesia se amestecă cu folosirea, într-o încercare – mereu blocată – de integrare totală. Dimpotrivă, colecţia ne poate servi ca model: în ea triumfă întreprinderea pasionată a posedării, şi tot în ea proza cotidiană a obiectelor devine poezie, discurs inconştient şi triumfal.

OBIECTUL-PASIUNE

„Gustul colecţiei, spune Maurice Rheims, e un fel de joc pasional” (*La Vie étrange des objets*, p.28). La copii, e modul cel mai rudimentar de stăpânire a lumii exterioare: aranjare, clasificare, manevrare. Faza activă de colecţionare pare a se situa între 7 şi 12 ani, în perioada de latenţă între prepubertate şi pubertate. Înclinaţia de a colecţiona tinde să dispară odată cu explozia pubertară, reapărând uneori imediat după ea. Mai târziu, cei care cedează cel mai adesea acestei pasiuni sunt oamenii de peste 40 de ani… Pe scurt, legătura cu conjunctura sexuală e vizibilă pretutindeni. Colecţia apare ca o puternică

compensaţie în fazele critice ale evoluţiei sexuale. Ea exclude întotdeauna sexualitatea genitală activă, fără însă a i se substitui pur şi simplu. Faţă de aceasta, ea constituie o regresie spre stadiul anal, ce se traduce prin conduite de acumulare, de ordine, de reţinere agresivă etc. Conduita colecţionarului nu e echivalentă cu o practică sexuală şi nu vizează satisfacţia pulsională (precum fetişismul), dar poate atinge o satisfacţie de reacţie tot atât de intensă. În ea, obiectul primeşte realmente sensul de obiect iubit. „Pasiunea obiectului ne face să-l considerăm ca pe ceva creat de Dumnezeu: un colecţionar de ouă din porţelan găseşte că Dumnezeu nu a creat niciodată o formă mai frumoasă şi mai deosebită, şi că a conceput-o doar pentru bucuria colecţionarilor…” (M. Rheims, p.33). „Sunt nebun după acest obiect”, declară cu toţii, chiar dacă nu intervine perversiunea fetişistă, şi toţi, fără excepţie, întreţin în junii colecţiei lor o atmosferă de clandestinitate, de secret şi de minciună ce are toate caracteristicile unei legături vinovate. Tocmai acest joc pasionat face sublimul conduitei regresive şi justifică opinia conform căreia orice individ care nu colecţionează nimic e un cretin şi o biată epavă umană1.

Colecţionarul nu e sublim prin natura obiectelor colecţionate (acestea variază în funcţie de vârstă, profesie, mediu social), ci prin fanatism. Fanatismul e identic la amatonil bogat de miniaturi persane şi la colecţionarul de cutii de chibrituri. În acest sens, distincţia dintre amator şi colecţionar (ultimul iubind obiectele în funcţie de succesiunea lor într-o serie, iar primul pentru farmecul lor divers şi deosebit) nu e hotărâtoare. Plăcerea unuia, ca şi a celuilalt, vine din faptul că posesia sa referă pe de o parte la singularitatea absolută a fiecărui element, care face ca acesta să fie echivalentul unei fiinţe – în fapt al subiectului însuşi –, pe de alta la posibilitatea seriei, prin urmare a substituirii nedefinite şi a jocului. Chintesenţă calitativă, manevrare cantitativă. Dacă posedarea se realizează printr-o confuzie a simţurilor (mâna, ochiul) şi prin intimitatea cu un obiect privilegiat, ea se naşte, în aceeaşi

măsură, din căutare şi ordonare, din jocul cu elementele şi reunirea acestora. Mai precis, are un parfum de harem al cărui farmec e cel al seriei în intimitate (un termen privilegiat existând mereu) şi al intimităţii în serie.

Stăpân al unui serai tainic, omul e, prin excelenţă, stăpân al obiectelor. Niciodată relaţia umană, care e câmpul de desfăşurare a lucrurilor unice şi a conflictelor, nu permite fuzionarea singularităţii absolute şi a seriei nedefinite; tocmai de aceea, e o veşnică sursă de spaimă. Dimpotrivă, câmpul obiectelor – termeni succesivi şi omologi – e liniştitor. Cu preţul unei îndrăzneli ireale, al abstractizării şi regresiei, dar aceasta nu are nicio importanţă. „Obiectul, spune M. Riieims, e pentru om un fel de câine nesimţitor, care se lasă mângâiat şi întoarce, în felul lui, mângâierile primite, sau mai degrabă le trimite ca o oglindă credincioasă nu spre imagini reale, ci spre imagini dorite" (p.50).

CEL MAI FRUMOS ANIMAL DOMESTIC

Imaginea câinelui e potrivită: animalele de interior sunt o specie intermediară între fiinţe şi obiecte. Câini, pisici, păsări, broaşte ţestoase sau canari au o prezenţă patetică ce indică eşecul relaţiei umane şi recurgerea la un univers domestic narcisist, în care subiectivitatea se* împlineşte în deplin calm. Să reţinem, în trecere, că aceste animale nu sunt sexuate (uneori sunt castrate pentru scopul domestic); deşi sunt vii, sunt tot atât de lipsite de sex ca şi obiectele. Nu pot fi liniştitoare afectiv decât cu acest preţ: pot juca faţă de proprietar rolul de regulator al fiicei de castrare tocmai prin propria lor castrare – reală sau simbolică, rol pe care-l joacă, eminamente, toate obiectele din jurul nostru. Căci obiectul e animalul domestic perfect. E singura „fiinţă" ale cărei calităţi ne exaltă personalitatea, în loc să ne-o îngrădească. La plural, obiectele sunt singurele existenţe a căror coexistenţă e cu adevărat posibilă, deoarece diferenţele dintre ele nu le fac să se ridice unul împotriva celuilalt, ca în cazul fiinţelor vii, ci converg ascultător spre noi adunându-se fără nicio greutate în conştiinţa noastră. Obiectul se lasă cel mai

uşor „personalizat” şi contabilizat. Iar pentru contabilitatea subiectivă nu există excludere: orice poate fi posedat, investit sau, în cazul colecţiei, aranjat, clasificat, distribuit. În sensul strict, obiectul e prin urmare o oglindă: imaginile pe care le trimite se succed fără a se contrazice. Şi e o oglindă perfectă, deoarece nu trimite înapoi imagini reale, ci imagini dorite. Pe scurt, e ca un câine din care nu a mai rămas decât fidelitatea. Iar noi îl putem privi fără ca el să ne privească. *Iată de ce investim în obiecte tot ce n-am putut investi în relaţia umană*. Şi iată de ce omul regresează bucuros în ele, pentru „a se reculege” acolo. Să nu ne lăsăm însă înşelaţi de această reculegere şi de întreaga literatură duioasă despre obiectele neînsufleţite. Reculegerea în cauză e o regresie, iar pasiunea – o fugă pasionată. Obiectele au, desigur, un rol regulator în viaţa cotidiană, şi în ele dispar multe nevroze şi se adună multe tensiuni sau energii îndoliate – tocmai de aceea spunem că au „suflet” şi că sunt „ale noastre” –, însă tot din acest motiv ele constituie decorul unei mitologii tenace, decorul ideal al unui echilibru nevrotic.

UN JOC SERIAL

Această mediere e totuşi săracă: cum poate fi ea acceptată de conştiinţă? Ei bine, îndrăzneala subiectivităţii e tocmai aici: având o singularitate absolută, obiectul posedat nu e niciodată o mediere săracă. Singularitatea lui nu e una de fapt: posedarea obiectului „rar”, „unic” e, evident, scopul ideal al însuşirii lui; pe de o parte însă, dovada că un cutare obiect e unic nu va putea fi făcută în lumea reală, iar pe de altă parte subiectivitatea se descurcă foarte bine şi fără toate acestea. Calitatea specifică a obiectului şi valoarea lui de schimb ţin de domeniul cultural şi social. Singularitatea lui absolută îi vine, dimpotrivă, din faptul că e posedat de o anumită persoană, lucru ce-i îngăduie acesteia să se recunoască în el ca absolut deosebită faţă de altele. Tautologie maiestuoasă, care însă constituie întreaga densitate a raportului nostru cu obiectele, facilitatea lui derizorie,

mulţumirea iluzorie, dar adâncă, pe care o resimţim2. Mai mult: acest circuit închis poate determina şi relaţiile umane (deşi mai puţin uşor), iar ce nu e posibil la nivelul intersubiectiv e posibil aici: cutare obiect nu se opune niciodată multiplicării aceluiaşi proces de proiectare narcisistă asupra unui număr nedefinit de obiecte, ci dimpotrivă o impune, intrând astfel într-un mediu total şi favorizând totalizarea imaginilor lui – miracolul colecţiei. Căci întotdeauna ne colecţionăm pe noi înşine.

Acum înţelegem mai bine structura sistemului de posedare: colecţia e alcătuită dintr-o succesiune de termeni, însă termenul ei final e persoana colecţionarului. În mod reciproc, aceasta nu se constituie ca atare decât substituindu-se succesiv fiecărui termen al colecţiei. Pe plan sociologic, vom regăsi o structură omoloagă în sistemul modelului şi al seriei. În ambele situaţii, putem constata că seria şi colecţia au rol constitutiv în posedarea obiectului; altfel spus în integrarea reciprocă a obiectului şi a persoanei.3

DE LA CANTITATE LA CALITATE: OBIECTUL UNIC

Acestei ipoteze i s-ar putea aduce ca obiecţie pasiunea precisă a amatorului pentru cutare sau cutare obiect. E limpede însă că obiectul unic nu e de fapt decât termenul final în care se rezumă întreaga specie, termenul privilegiat al unei întregi paradigme (virtuală, estompată sau subînţeleasă, puţin importă), constituind la drept vorbind, emblema seriei.

În portretele în care ilustrează curiozitatea ca pe o pasiune. La Bniyere descrie un colecţionar de stampe: „Ani o mare mâhnire, spune acesta, care mă va sili să renunţ la stampe pentru tot restul vieţii: am toate lucrările lui Callot, în afară de una, care, cinstit vorbind, nu e prea bună. Dimpotrivă, e una dintre cele mai proaste, ceea ce l-ar face praf în ochii mei pe Callot. De 20 de ani îmi bat capul cum să găsesc această stampă, iar dacă voi reuşi mă va apuca disperarea; e foarte greu de suportat!” Sesizăm, în cele de mai sus, cu o evidenţă aritmetică, echivalenţa trăită dintre întreaga serie mai puţin un obiect şi ultimul termen –

absent – al seriei4. Acesta o rezumă simbolic, dar fără el seria nu înseamnă nimic. În acest caz, are o calitate stranie, chintesenţă a întregii eşalonări cantitative. E un obiect unic, specificat prin poziţia lui finală şi dând astfel iluzia unei finalităţi aparte. De altfel aşa şi stau lucrurile, însă vedem că e dus la calitate prin cantitate, şi că valoarea concentrată doar în acest semnificam e, de fapt, cea care aleargă de-a lungul lanţului semnificanţilor intermediari ai paradigmei. Iată ce am putea numi simbolismul obiectului, în sensul etimologic (*symboiein*) ce rezumă un întreg lanţ de semnificaţii într-un singur termen. Obiectul e simbol, nu însă al vreunei instanţe sau valori exterioare, ci în primul rând al întregii serii de obiecte în care el e termenul de sosire (în acelaşi timp cu persoana căreia îi aparţine).

Exemplul lui La Bruyère mai lasă să se înţeleagă o regulă: obiectul nu are valoare excepţională decât prin absenţă. Nu e vorba de o poftă nesăţioasă a colecţionarului. *Trebuie să ne întrebăm dacă colecţia e făcută pentru a fi încheiată vreodată*, şi dacă lipsa unor obiecte nu joacă un rol esenţial în ea (pozitiv, de altfel), deoarece această lipsă e tocmai lucrul prin care subiectul se percepe pe sine în mod obiectiv: în vreme ce prezenţa obiectului final ar semnifica moartea subiectului, absenţa lui îi îngăduie acestuia să-şi joace propria moarte figurând-o într-un obiect, cu alte cuvinte s-o exorcizeze. Această absenţă e trăită ca o suferinţă, fiind însă totodată şi ruptura ce permite evitarea unei colecţii încheiate, care ar însemna elidarea definitivă a realităţii. Să-l felicităm aşadar pe amatorul lui La Bruyère că nu l-a găsit pe ultimul Callot, căci ar fi încetat de a mai fi omul viu şi pasionat care mai era. Şi să precizăm că delirai începe în clipa în care colecţia se închide asupra ei şi încetează de a mai fi orientată spre un termen absent.

O altă anecdotă, relatată de M. Rheims, ne poate aduce o mărturie identică. Un bibliofil posesor de exemplare unice află, într-o bună zi, că un librar va pune în vânzare un exemplar identic cu unul pe care îl avea el.

Fuge şi cumpără cartea, apoi cheamă un portărel ca să ardă în faţa lui al doilea exemplar şi să ceară un act de constatate a distrugerii. După care pune actul în volumul ce a devenit din nou unic şi se culcă liniştit. Avem de-a face în acest caz cu negarea seriei? Doar aparent: în fapt, exemplarul unic avea încărcătură de valoare a tuturor exemplarelor virtuale, iar bibliofilul, distrugându-l pe cel de-al doilea, nu face decât să restabilească perfecţiunea compromisă a simbolului. Uitată, negată, distrusă, devenită virtuală, seria e mereu prezentă. În cel mai neînsemnat gest cotidian, ca şi în cel mai transcendent dintre obiectele rare, ea alimentează proprietatea sau jocul pasional. Fără ea, jocul nu ar fi posibil, şi de asemenea nici posesiunea; la drept vorbind, nu ar mai exista obiecte. Obiectul cu adevărat unic, absolut, fără niciun antecedent şi nedispersat în vreo serie, e de neconceput. Nu poate exista, cum nu poate exista nici sunet pur. Şi tot aşa cum seriile de armonice aduc sunetele la calitatea lor percepută, seriile paradigmatice, mai mult sau mai puţin complexe, aduc obiectele la calitatea lor simbolică şi, în acelaşi timp, în câmpul relaţiei umane de stăpânire şi de joc.

OBIECTE ŞI OBIŞNUINŢE: CEASUL DE MÂNĂ

Orice obiect se află la jumătatea drumului dintre o specificitate practică, funcţia lui – un fel de discurs vizibil – şi absorbirea într-o serie/colecţie, în care devine termen al unui discurs latent, repetitiv, cel mai elementar şi tenace dintre discursuri, Acest sistem discursiv al obiectelor e omolog cu cel al obişnuinţelor.5

Obiceiurile sunt discontinuitate şi repetiţie (şi nu continuitate, cum sugerează folosirea cuvântului). Prin decuparea timpului în „scheme de obişnuinţă” rezolvăm toate spaimele legate de continuitatea lui şi de singularitatea absolută a evenimentelor. Tot aşa, dispunem gropriu-zis de obiecte şi le posedăm prin integrarea lor discontinuă în serii. În aceasta stă de fapt discursul subiectivităţii, iar obiectele sunt registrul lui privilegiat, inter-punând între devenirea ireversibilă a lumii şi noi

înşine un ecran discontinuu, clasificabil, reversibil, repetitiv, după bunul nostru plac – o parte a lumii care de acum ne aparţine, docilă în faţa mâinii şi spiritului, risipindu-ne spaimele. Obiectele nu ne ajută doar să stăpânim lumea – prin înserarea lor în serii instrumentale –, ci ne ajută – *prin înserarea lor în serii mentale* – să stăpânim şi timpul, făcându-l discontinuu şi clasificându-l ca pe obişnuinţe: supunându-l constrângerilor de asociere care organizează aşezarea în spaţiu.

Ceasul de mână e un bun exemplu de funcţie discontinuă şi „obişnuită" 6. El rezumă modul dublu în care ne trăim obiectele. Pe de o parte, ne informează despre timpul obiectiv: or, exactitatea cronometrică e tocmai dimensiunea constrângerilor practice, a exteriorităţii sociale şi a morţii. În acelaşi timp însă în care ne supune temporalităţii ireductibile, ceasul, ca obiect, ne ajută să ne însuşim timpul. Tot aşa cum maşina „devorează" kilometrii, obiectul-ceas devorează timpu17. Face din el un obiect consumat, substanţializându-l şi decupându-l. Timpul nu mai e, de acum, o dimensiune primejdioasă a practicii, ci o cantitate domestică. Nu doar simplul fapt de a şti cât e ceasul, ci faptul de a „poseda" ora şi de a o înregistra neîncetat când dorim, mulţumită unui obiect care e al nostru, a devenit hrana de bază a omului civilizat şi marea lui siguranţă. Timpul nu-i mai aparţine casei, a cărei inimă care bate era orologiul, ci poate fi găsit mereu în ceasul de mână, înregistrat cu aceeaşi satisfacţie organică ca şi mersul ordonat al viscerelor. Prin ceasul de mână, timpul se defineşte ca însăşi dimensiunea obiectivării, şi totodată ca un bun casnic. De altfel, orice obiect s-ar putea preta acestei analize a recuperării dimensiunii constrângerii obiective; prin legătura sa directă cu timpul, ceasul de mână e doar exemplul cel mai limpede în acest sens.

OBIECTUL ŞI TIMPUL: CICLUL DIRIJAT

Problematica temporală e esenţială în cazul colecţiei. „Un fenomen ce însoţeşte deseori pasiunea de a colecţiona, spune M. Rheims, e pierderea sentimentului

timpului actual” (p.42). E însă vorba de o simplă evadare nostalgică? Cineva care se identifică cu Ludovic al XVI-lea până şi în picioarele fotoliilor sale, sau care face o pasiune nebună pentru tabacherele din secolul al XVI-lea se desparte, bineînţeles, de timpul prezent, printr-o referinţă istorică. Această referinţă e însă secundară faţă de sistematica trăită a colecţiei. Marea putere a obiectelor colecţionate nu vine de la singularitatea şi nici de la istoricitatea lor distinctă. Nu din acest motiv timpul colecţiei nu e timpul real, *ci prin faptul că organizarea colecţiei înseşi se substituie timpului*. Aceasta e, neîndoios, funcţia fundamentală a colecţiei: rezolvarea timpului real într-o dimensiune sistematică. Gustul, curiozitatea, prestigiul sau discursul social o pot deschide spre o relaţie mai largă (care nu va depăşi, totuşi, Un grup de iniţiaţi), însă ea rămâne în primul rând, şi în sensul puternic al cuvântului, o „trecere de timp”. Pur şi simplu îl aboleşte. Sau mai degrabă, repertoriindu-l în termeni ficşi pe care-i poate face să joace în mod reversibil, colecţia figurează veşnica reîncepere a unui ciclu dirijat, în care omul îşi oferă jocul naşterii şi al morţii, în orice clipă şi fără greş, plecând de la oricare dintre termeni şi cu siguranţa revenirii la el.

Tocmai prin aceasta, mediul obiectelor private şi posedarea acestora (colecţia fiind doar un punct extrem) e o dimensiune esenţială şi, în acelaşi timp, imaginară a vieţii noastre. La fel de esenţială ca visele. S-a spus că dacă cineva ar putea fi împiedicat experimental să viseze, de îndată ar avea grave tulburări psihice. Dacă am putea să-l lipsim pe un om de evadarea-regresiune în jocul posedării, dacă l-am împiedica să-şi ţină propriu-i discurs dirijat şi să se decline pe sine în afara timpului, printre obiecte, cu siguranţă că dezechilibnil ar fi imediat. Nu putem trăi în singularitatea absolută şi în inversibilitatea al cărei semn e clipa naşterii. Obiectele ne ajută să rezolvăm tocmai ireversibilitatea naşterii spre moarte.

Acest echilibru e desigur nevrotic, iar recursul împotriva spaimelor regresiv, deoarece timpul e obiectiv

ireversibil, şi chiar obiectele care trebuie să ne ferească de el sunt duse de el; desigur, mecanismul discontinuu de apărare, la nivelul obiectelor, e neîncetat pus sub semnul întrebării, deoarece lumea şi oamenii trăiesc în continuitate. Dar putem oare vorbi de normalitate sau de anomalie? Refugierea într-o sincronie închisă poate fi calificată drept negare a realităţii şi fugă de aceasta, dacă socotim că în obiect se investeşte ceea ce „ar trebui" să fie investit în relaţia umană – tocmai acesta e preţul forţei regulatoare a obiectelor. În zilele noastre, când instanţele religioase şi ideologice se estompează, ele sunt pe cale să devină consolare şi mitologia cotidiană ce absoarbe spaima timpului şi a morţii.

Să renunţăm la mitologia spontană care declară că omul s-ar prelungi în obiecte sau şi-ar supravieţui sieşi în ele. Procesul-refugiu nu e de nemurire ori de perpetuitate, de supravieţuire într-un *obiect-reflectare* (în care omul nu a crezut niciodată cu adevărat), ci un joc complex de „reciclare" a naşterii şi a morţii *uAx-un sistem de obiecte*. Ceea ce găseşte omul în obiecte nu e siguranţa supravieţuirii, *ci faptul că trăieşte, încă de pe acum şi în mod continuu, la modul ciclic şi controlat, procesul propriei sale existenţe, şi că prin aceasta depăşeşte simbolic existenţa reală, al cărei eveniment ireversibil îi scapă*.

Nu suntem prea departe de mingea prin care, făcând-o să dispară şi să reapară, copilul (în analiza lui Freud) trăieşte alternativ absenţa şi prezenţa mamei – *fort da fort să* –, răspunzând la spaima absenţei prin ciclul nedefinit al reapariţiei mingii. Sesizăm uşor implicarea simbolică a jocului în serie; rezumând, am putea spune că obiectul e *lucrul după care ne purtăm doliul* – în sensul că figurează propria noastră moarte, însă depăşită (simbolic) prin faptul că-l posedăm şi că, introducându-l în strădania doliului, cu alte cuvinte integrându-l într-o serie în care absenţa şi reapariţia lui după absenţă „fac efortul" de a reveni neîncetat într-un ciclu, rezolvăm teribilul eveniment al absenţei şi al morţii reale. Încă de acum, în viaţa cotidiană

ne purtăm propriul doliu graţie obiectelor, iar acest lucru ne permite să trăim – la modul regresiv, desigur, dar să trăim. Omul care colecţionează e un mort, însă îşi supravieţuieşte literalmente într-o colecţie ce-l repetă nedefinit dincolo de moarte, chiar de acum, *integrând chiar şi moartea în serie şi în ciclu*. Analogia cu visele ar putea fi reluată: dacă orice obiect e, prin funcţia lui (practică, culturală, socială), medierea unui *scop*, el e şi exponent al unei *dorinţe* – ca unul dintre termenii jocului sistematic pe care tocmai l-am descris; dorinţa fiind ceea ce pune în mişcare, în lanţul nedefinit al semnificanţilor, repetarea sau substituirea indefinită a noastră prin moarte şi dincolo de ea. Dacă visele au ca funcţie asigurarea continuităţii somnului, obiectele asigură continuitatea vieţii, printr-un compromis aproape identic.8

OBIECTUL SECHESTRAT: GELOZIA

Ajunsă la limita demersului ei regresiv, pasiunea obiectelor se rezolvă în gelozia pură. În acest caz, posesia rezultă din mulţumirea adâncă privind valoarea pe care ar putea-o avea obiectul pentru alţii, şi din a-i frustra pe aceştia de el. Complexul geloziei, ce caracterizează fanatismul colecţionarului, determină (păstrând proporţiile) şi simplul reflex al proprietăţii. E vorba de o puternică schemă de sadism anal ce ne îndeamnă să sechestrăm lucrurile frumoase pentru a ne bucura numai noi de ele: conduită de perversiune sexuală larg răspândită în relaţiile noastre cu obiectele.

Ce reprezintă obiectul sechestrat? (Valoarea lui obiectivă e secundară, farmecul îi e dat de izolare.) Dacă nimeni nu-şi împrumută maşina, stiloul, nevasta, e din cauză că aceste obiecte constituie, în registrul geloziei, echivalentul narcisist al eului: dacă se pierd sau se deteriorarează suntem castraţi. Nimeni nu-şi dă falusul cu împrumut, iată esenţialul. Ceea ce gelosul sechestrează şi ţine cât mai aproape de el e, dincolo de efigia unui obiect, propriul sau libido, pe care încearcă să-l exorcizeze printr-un sistem de izolare – acelaşi sistem graţie căruia colecţia rezolva spaima de moarte. Se castrează el însuşi, în spaima

propriei sexualităţi, sau, mai curând, previne printr-o castrare simbolică (sechestrarea) spaima castrării reale9. Tocmai această tentativă disperată constituie plăcerea oribilă a geloziei. Suntem întotdeauna geloşi pe noi înşine. Pe noi înşine ne păzim şi ne supraveghem, şi de noi înşine ne bucurăm cu adevărat.

Această plăcere geloasă se reliefează în mod foarte evident pe fondul unei decepţii absolute, deoarece regresia sistematică nu înlătură niciodată în totalitate conştiinţa lumii reale şi a falimentului unei astfel de conduite. La fel se întâmplă lucrurile cu colecţia: suveranitatea ei e fragilă; în spatele ei se profilează suveranitatea lumireale, care o ameninţă continuu. Dar chiar şi această decepţie face parte din sistem. Tocmai ea îl mobilizează, împreună cu satisfacţia – decepţia netrimiţând niciodată la vreun model, ci la un termen ulterior, decepţia şi satisfacţia succedându-se una pe cealaltă în cursul ciclului. Ambalarea nevrotică a sistemului se datorează uneori acestei decepţii constitutive. Seria se învârteşte tot mai repede în jurul ei, diferenţele se uzează şi mecanismul de substituire se accelerează. În acest caz, sistemul poate ajunge la distrugere, care e autodistrugerea subiectului. M. Rheims citează cazuri de „ucideri" violente de colecţii, într-un fel de sinucidere, din cauza neputinţei de a circumscrie moartea. În sistemul geloziei, nu rareori se întâmplă ca subiectul să sfârşească prin a distruge obiectul sau fiinţa sechestrată, din cauza sentimentului de imposibilitate de a exorciza în totalitate adversitatea lumii şi propria-i sexualitate. Iată sfârşitul logic, şi totodată, ilogic al pasiunii10.

OBIECTUL DESTRUCTURAT: PERVERSIUNEA

Eficienţa sistemului de posedare e legată direct de caracterul lui regresiv. Iar această regresie e legată de modalităţile perversiunii. Dacă, în materie de obiecte, ea apare cel mai limpede în forma cristalizată a fetişismului, nimic nu ne poate opri de a vedea, de-a lungul întregului sistem, în ce fel – organizându-se în funcţie de aceleaşi scopuri şi în aceleaşi modalităţi –, posedarea/pasiunea

obiectului e ca să spunem aşa, *un fel de a fi temperat al perversiunii sexuale*. Într-adevăr, tot aşa cum posedarea se constituie în discontinuitatea seriei (reală sau virtuală) şi prin alegerea unui termen privilegiat, perversiunea sexuală constă în faptul de a nu-l putea sesiza pe celălalt ca pe un obiect al dorinţei în totalitatea aparte a persoanei sale, ci doar ca discontinuitate: partenerul se transformă în paradigma diferitelor părţi erotice ale trupului său, cu o cristalizare obiectală asupra uneia dintre ele. Iată femeia care nu e femeie, ci sex, sâni, pântec, pulpe, voce sau figură: una sau alta, după preferinţe11. Şi astfel, devine „obiect" şi constituie o serie căreia dorinţa noastră îi repertorizează termenii, şi al cărei semnificat real nu mai e câtuşi de puţin persoana iubită, ci însuşi subiectul în subiectivitatea lui narcisistă, ce se colecţionează şi se erotizează pe sine şi care face din relaţia de dragoste un discurs adresat lui însuşi.

Luau ilustrat destul de bine de secvenţa iniţială a unui film de J-L. Go-dard, *Dispreţul*, în care dialogul se desfăşoară astfel, însoţind imagini „goale":

„Îţi plac picioarele mele? spunea femeia. (Să reţinem că, de-a lungul întregii scene, ea se priveşte amănunţit într-o oglindă, lucru care nu e indiferent: se valorifică pe sine ca fiinţă văzută, prin propriu-i imagine, aşadar că supusă discontinuităţii în spaţiu.)

— Da, îmi plac.

— Şi mai sus de genunchi?

— Da…

— Şi pulpele?

— Da, răspunde bărbatul, îmi plac. (Şi tot aşa, de jos în sus, până la păr.) „Atunci înseamnă că mă iubeşti cu totul.

— Da, te iubesc cu totul.

— Şi eu, Paul", spune ea, rezumând situaţia.

E posibil ca realizatorii să fi văzut în acestea algebra lucidă a unei iubiri demistificate. Nu e însă mai puţin adevărat că această absurdă reconstituire a dorinţei e o perfectă inumanitate. Dezintegrată într-o serie – aceea a

propriului ei trap –, femeia, devenită obiect pur, e reluată în seria tuturor femeilor-obiect, în care nu e decât un termen ca oricare altul. Singura activitate posibilă în logica acestui sistem e jocul substituirii. Tocmai lucrul pe care l-am descris ca pe resortul însuşi al satisfacţiei colecţionarului.

Discontinuizarea obiectului în detalii prin sistemul auto-erotic al perversiunii e frânată, în relaţia de dragoste, de integritatea vie a celuilalt12. Când însă e vorba de obiecte materiale, şi în mod deosebit de obiecte fabricate, îndeajuns de complexe pentru a se preta deconstrucţiei mentale, discontinuizarea e regula. Spunem, despre maşină: frâna *mea*, aripa *mea*, volanul *meu*. Spunem şi: *eu* frânez, *eu* schimb direcţia, *eu* demarez. Toate organele şi funcţiile pot fi raportate pe rând la persoană după criteriul posedării. Nu e vorba de o personalizare la nivel social, ci de un proces de ordine proiectivă. Nu de ordinea lui a avea, ci de ordinea lui a fi. În cazul calului, deşi acesta a fost mereu, pentru noi, un straniu instrument al puterii şi al transcendenţei, confuzia nu ar fi fost posibilă, deoarece calul, în primul rând, nu e construit din bucăţi: e sexuat. Putem spune: calul meu, soţia mea, daidenumirea posesivă se opreşte aici. Tot ce are sex rezistă proiectării îmbucătăţite, şi prin urmare acelui mod de însuşire pe care l-am recunoscut ca pe o pasiune auto-erotică şi, la limită, ca pe o perversiune13. În faţa unei fiinţe vii putem spune *al meu*, dar nu putem spune *eu*, aşa cum facem când ne însuşim simbolic funcţiile şi organele automobilului. O anumită regresie e imposibilă. Calul poate fi puternic investit ca un simbol (în cavalcada sexuală a nitului, în Centaurul cel înţelept, al cărui cap e o fantasmă terifiantă legată de imaginea tatălui, dar al cărui calm ne face să ne gândim imediat la puterea protectoare a pedagogului Chiron), însă nu e investit niciodată sub forma săracă, simplificată, narcisistă, infantilă a proiectării eului în detaliul structural al maşinii (conform unei analogii cu elementele şi funcţiile disociate ale timpului uman ce pretează la confuzie.) Dacă există un dinamism simbolic al

calului, aceasta se întâmplă în măsura în care identificarea cu detaliul funcţiilor şi organelor calului e imposibilă, ca şi epuizarea relaţiei într-un discurs „autoerotic” asupra termenilor împrăştiaţi.

Această parcelizare şi regresie presupun o tehnică, însă una autonomizată la nivelul obiectului parţial. Astfel, femeia dispusă într-o sintagmă de diferite zone erogene e sortită doar funcţionalităţii plăcerii, căreia-i răspunde o anumită tehnică erotică. Telurică obiectivantă, ritualizantă, ce marchează spaima relaţiei personale, şi care serveşte, în acelaşi timp, drept alibi real (gestual, eficace), chiar în Mnul sistemului fantasmatic al perversiunii. Orice sistem mental are nevoie, într-adevăr, de un „credit deschis”, de o referire la realitate, de o „raţiune” tehnică, de un alibi. De exemplu, accelerarea în „eu accelerez”, farul în „farul meu” sau maşina întreagă în „maşina mea” sunt suporturile tehnice reale ale unei întregi recuperări narcisiste dincoace de realitate. Acelaşi lucra e valabil şi pentru tehnica erotică ce se asumă ca atare: la acest nivel, nu ne mai aflăm în ordinea genitală de emergenţă spre realitate şi spre plăcere, ci în ordinea regresivă anală a sistematicii seriale în care gestualitatea erotică e doar un alibi.

Vedem cu uşurinţă cât de departe e tehnica de a fi mereu „obiectivă”. E astfel arunci când e serializată, reluată într-o tehnologie, şi când pătrunde în noi structuri. În domeniul cotidian, dimpotrivă, ea oferă un câmp mereu favorabil fantasmelor regresive, deoarece posibilitatea destructurării apare mereu în ea. Adunate laolaltă şi montate, elementele unui obiect tehnic au o implicaţie coerentă. Dar această structură e mereu fragilă în faţa spiritului, fiind încorsetată din exterior de funcţie şi apărând astfel ca formală în faţa lui. Elementele structural ierarhizate se pot deface în orice clipă, devenind echivalente într-un sistem paradigmatic în care subiectul se introduce pentru a se declina. Obiectul e dinainte discontinuu, şi discontinuat cu uşurinţă de gândire. Şi aceasta cu atât mai mult cu cât obiectul (îndeosebi cel

tehnic) nu mai e, ca odinioară, prins într-un gest uman şi o energie umană. Dacă maşina constituie un obiect de manipulare narcisistă atât de frumos în comparaţie cu calul, e şi din cauză că săpânirea de către noi a calului e musculară, agitată, pretinzând o gestică de echilibru, în vreme ce stăpânirea maşinii e dimpotrivă simplificată, funcţională şi abstractă.

DE LA MOTIVAŢIA SERIALĂ LA MOTIVAŢIA REALĂ

De-a lungul acestei analize am socotit neglijabilă natura însăşi a obiectelor colecţionate: ne-am limitat la sistematică şi nu am ţinut seama de tematică. E evident însă că nimeni nu colecţionează tablourile de maeştri ca pe nişte inele de trabuc. Trebuie să admitem mai întâi că însuşi conceptul de colecţie (*colligere*: a alege şi a pune laolaltă) se distinge de conceptul de acumulare. Stadiul inferior e cel al acumulării materiilor: îngrămădirea hârtiilor vechi, stocarea hranei – la jumătatea dramului dintre introjecţia orală şi retenţia anală –, apoi acumularea serială de obiecte identice. Colecţia însă se ridică spre cultură: ea vizează obiecte diferenţiate, care deseori au valoare de schimb, fiind şi „obiecte" de păstrare, de traficare, de ritual social şi de exhibare – poate chiar şi izvor de beneficii. Aceste obiecte intră în tot felul de proiecte. Fără a înceta să trimită unul la celălalt, includ în jocul lor o exterioritate socială şi relaţii umane.

Cu toate acestea, chiar dacă motivaţia externă e puternică, colecţia nu scapă niciodată de sistematica internă, ci constituie, în cel mai bun caz, un compromis între cele două: chiar dacă colecţia devine un discurs pentru alţii, ea e mai întâi un discurs îndreptat spre ea însăşi. Motivaţia serială e vizibilă pretutindeni. Anchetele arată ca oamenii care cumpără colecţii de căiţi (10/18, *Que sais-je*? etc), odată prinşi în vârtejul colecţiei, continuă să cumpere orice titlu, deşi nu-i interesează: diferenţa din serie e de ajuns ca să creeze un interes formal, care ţine locul interesului real. E vorba de o pura constrângere de asociere, ce se manifestă în motivaţia cumpărării. O conduită analoagă cu cea a cititorului care nu e la largul

lui în timp ce citeşte decât dacă e înconjurat de toate cărtile: în acest fel, specificitatea lecturii tinde să dipaia. Mai departe: cartea contează mai puţin decât clipa în care e pusă lângă celelalte, pe raftul bibliotecii. Şi invers: colecţionarul care „a pierdut şirul" îşi vine în fire cu greu; uneori nu va cumpăra titluri care pentru el au un interes real. Aceste observaţii sunt suficiente pentru ca să putem distinge net cele două motivaţii, ce se exclud una pe cealaltă şi nu coexistă decât la modul compromisului, cu o tendinţă sigură la proprietatea din inerţie a motivaţiei seriale asupra motivaţiei dialectice de interes14.

Colecţia pură se poate însă deschide asupra unor interese reale. Cutare a început să cumpere sistematic toate cărţile din colecţia *Que sais-je*?: va sfârşi adesea prin a-şi orienta colecţia spre o temă: muzică, sociologie. Un anumit prag cantitativ al acumulării permite să avem în vedere o posibilă selecţie. Nu avem însă o regulă absolută. Unii *pot* colecţiona cu acelaşi fanatism regresiv tablouri de maeştri şi etichete de brânză; între copii, dimpotrivă, colecţiile de timbre sunt izvorul unor schimburi continue. Nu putem aşadar conchide niciodată că o complexitate tematică a colecţiei ar însemna o deschidere reală asupra lumii. În cel mai bun caz, această complexitate ne poate da un indice sau constitui o prezumţie.

Colecţia iese din acumularea pură nu doar prin complexitatea ei culturală, ci şi prin lacune şi neîmpliniri. Într-adevăr, lacuna e întotdeauna o exigenţă bine definită: a cutărui sau cutărui obiect absent. Iar această exigenţă, ce se traduce ca fiind căutare, pasiune sau mesaj adresat celorlalţi15-e de ajuns pentru a distruge farmecul mortal al colecţiei, în care subiectul se pierde într-o pură fascinaţie. Lucru ilustrat destul de bine de o emisiune televizată: când fiecare colecţionar îşi prezenta colecţia publicului, menţiona şi „obiectul" foarte deosebit ce-i lipsea, auditorul fiind invitat să i-l procure. Iată cum obiectul ne poate introduce în discursul social. În acelaşi timp însă, trebuie să cedăm în faţa evidenţei: *în el ne introduce cel mai adesea absenţa obiectului, şi foarte-rar prezenţa lui*.

DISCURSUL ÎNDREPTAT SPRE SINE

Ceea ce rămâne caracteristic pentru colecţie, la un moment dat, e ruptura care o smulge din sistemul ei involutiv, deschizând-o spre un proiect (de prestigiu, cultural, comercial, nu are importanţă, condiţia fiind ea obiectul să sfârşească prin a pune un om în faţa altui om: în acest fel, devine mesaj). Cu toate acestea, oricât de deschisă ar fi o colecţie, în ea rămâne un element ireductibil, de non-relaţie cu lumea. Tocmai pentru că se simte alienat şi volatilizat în discursul social, ale cărui reguli îi scapă, colecţionarul încearcă să reconstituie un discurs care să-i fie transparent, deoarece deţine semnificaţii, ultimul semnificat al acestui discurs fiind de fapt el însuşi. Tentativă sortită eşecului: crezând că depăşeşte discursul social printr-unul propriu şi totodată coerent asupra obiectelor, nu vede că de fapt transpune discontinuitatea obiectivă deschisă într-una subiectivă închisă, în care însuşi limbajul folosit pierde orice valoare generală. Această totali zare prin obiecte poartă aşadar seninele singurătăţii: ratează comunicarea, iar comunicarea îi lipseşte. De altfel, întrebarea ce se pune e următoarea: se pot oaie constitui obiectele într-un alt limbaj? Poate oare omul să instituie, prin ele, un alt limbaj decât un discrus îndreptat spre sine?

Dacă colecţionarul nu e niciodată un maniac fără speranţe, tocmai din cauză că el colecţionează obiecte ce-l împiedică oarecum să regieseze în abstracţia totală (delirul), discursul său nu poate totuşi depăşi, tocmai pentru acest motiv, o anumită sărăcie şi infantilitate. Colecţia e întotdeauna un proces limitat, recurent, iar materialul ei – obiectele – e prea concret şi prea discontinuu pentru ca ea să se poată articula într-o structură dialectică reală16. Dacă „cel ce nu colecţionează nimic e un cretin”, cel ce colecţionează are întotdeauna, la rândul lui, ceva sărac şi inuman.

Fr. *l’objetaime*: fiinţă iubită, bărbatul sau femeia.

M. Fauron, preşedintele colecţionarilor de inele de trabuc (în revista *Liens*, editată de Club Français du Livre,

mai 1964).

2 Şi de asemenea decepţia legată de caracterul tautologic al sistemului. *i* Aproape întotdeauna, seria e un fel de joc ce ne îngăduie să privilegieni unul dintre termeni şi să-l considerăm drept model. Un copil aruncă nişte capace de sticlă: care va ajunge cel mai departe? întotdeauna acelaşi, şi nu din întâmplare, ci deoarece şi-a pus ochii pe el. Modelul şi ierarhia pe care el le inventează sunt el însuşi: copilul nu se identifică cu un anumit capac, ci cu faptul că acesta e mereu câştigător. Dar e de asemenea prezent în fiecare capac ca într-un termen nemarcat al opoziţiei: aruncându-le unul după celălalt, le constituie, jucându-se, în serie, pentru a se constitui el însuşi ca model: cel ce câştigă întotdeauna. Şi astfel, psihologia colecţionarului se limpezeşte: colecţionând obiecte privilegiate, tot el e obiectul ce se impune mereu.

4 Fiecare termen al seriei poate redeveni acest termen final: fiecare Callot poate fi cel ce „l-ar termina" pe Callot.

De altfel, obiectul devine repede suport al unei reţele de obişnuinţe şi punct de cristalizare a rutinelor de comportament. De asemenea, şi invers, poate că nu există obicei ce nu s-ar putea defini în raport cu un obiect. Şi unul şi celălalt se implică inextricabil în existenţa cotidiană.

6 De altfel, ceasul – să ne gândim la dispariţia ceasului de perete, a orologiului – anunţă o tendinţă ireversibilă a obiectelor moderne: miniaturizarea şi individualizarea. Pe lângă aceasta, e cel mai mic, mai apropiat şi mai preţios dintre mecanismele individuale: talisman mecanic intim, puternic investit, obiect de complicităţi cotidiene, de fascinaţie (la copil), de gelozie.

Aici, exactitatea e echivalentul vitezei în spaţiu: timpul trebuie devorat cât mai aproape de el.

8 Istorioara lui Tristan Bernard arată într-un mod distractiv de ce colecţia e un joc cu moartea (aşadar o pasiune), fiind, tocmai de aceea, mai puternică decât moartea: Un om făcea colecţie de copii: legitimi,

nelegitimi, născuţi în prima sau în a doua căsătorie, adoptivi, găsiţi, bastarzi etc. Într-o zi, face o petrecere la care-i invită pe toţi. Un prieten cinic îi spune: „Mai lipseşte unul”. Înspăimântat, colecţionarul întreabă: „Care?” „Copilul postum”. La care, omul cel pasionat îi făcu soţiei un copil şi se sinucise.

Acelaşi sistem, golit de elemente tematice, îl regăsim în stare pură în jocul de noroc; de unde intensa lui fascinaţie. În el, domeniul de dincolo de moarte apare la modul absolut, subiectivitatea pură investind seria pură cu stăpânire imaginară, şi chiar în toiul vicisitudinilor jocului, cu certitudinea că nimeni nu are puterea să reintroducă în el condiţiile reale ale vieţii şi ale morţii.

9 Lucru valabil, desigur, pentru „animalele de interior” şi, prin extensie, pentru „obiectul” relaţiei sexuale, a cărui manipulare, în cazul geloziei, e de acelaşi ordin.

10 A nu se confunda decepţia, care e resortul intern al sistemului regresiv şi al seriei, cu absenţa, de care vorbeam mai sus şi care e, dimpotrivă, un factor de emergenţă în afara sistemului. Prin decepţie, subiectul continuă să involueze în sistem: prin absenţă însă, evoluează (în mod relativ) spre lume.

11 La limită, părul, picioarele sau, coborând tot mai mult pe firul regresiei spre detaliu şi spre impersonalitate, până ce fetişismul se cristalizează, la antipodul fiinţei vii, în jartieră sau sutien: regăsim obiectul material, a cănii posedare se caracterizează prin perfecta* elidare a prezenţei celuilalt.

12 De aceea, în cazul de sus, pasiunea se îndreaptă spre fetiş, care simplifică radical obiectul sexual viu, făcând din el un lucru echivalent penisului, investit ca atare.

13 Tot aşa, în măsura în care fiinţa vie poate fi simţită ca asexuată (cum e cazul sugarului) identificarea posesivă poate apare: „Atunci, *mă* doare capul?”, îi spunem copilului. Sau: „Atunci, *îl* doare capul?” Această identificare confuzională e stopată în faţa fiinţei sexuate de

spaima castrării.

14 Distincţia dintre satisfacţia serială şi plăcerea proprie e esenţială. În cazul al doilea, avem un fel de plăcere a plăcerii, prin care satisfacţia se depăşeşte ca atare şi se întemeiază într-o relaţie. În satisfacţia seriei însă, termenul secund al plăcerii şi dimensiunea prin care el se califică dispare; el e absent sau supus decepţiei: satisfacţia va fi expediată în succesiune, proiectând în extensie şi compensând prin repetare o totalitate pierdută. Tocmai de aceea vedem oameni care cumpără tot mai multe cărţi, din momentul în care au încetat să mai citească cărţile pe care le cumpără. De aceea actul sexual se repetă sau partenerii se înmulţesc: pentru a masca nedefinit scopul descoperirii dragostei. Plăcerea plăcerii a pornit: mai rămâne de găsit satisfacţia. Cele două se exclud însă una pe cealaltă. „Chiar şi în acest caz, colecţionarul are, totuşi, tendinţa de a nu-i considera pe ceilalţi decât ca pe nişte martori ai colecţiei sale, şi de a-i integra doar ca pe o a treia parte în relaţia deja constituită între subiect şi obiect.

16 Spre deosebire de ştiinţă şi de memorie, de exemplu, care sunt şi ele nişte colecţii, dar colecţii de fapte şi de cunoştinţe.

C. SISTEMUL META-ŞI DISFUNCŢIONAL: GADGETURI ŞI ROBOŢI

După ce am analizat obiectele în sistematizarea lor obiectivă (aranjarea şi ambianţa), apoi în sistematizarea lor subiectivă (colecţia), vom supune investigaţiei câmpul lor de conotaţii, altfel spus cel al semnificaţiei lor ideologice.

CONOTAŢIA TEHNICĂ: AUTOMATISMUL

Dacă conotaţia formală poate fi rezumată în *modă1*, conotaţia tehnică se poate formula într-un cuvânt: *automatismul* – concept major al triumfalismului mecanic şi ideal mitologic al obiectului modern. Automatismul înseamnă obiectul ce primeşte o conotaţie de absolut, în funcţia lui particulară2. El va fi deci propus şi acceptat pretutindeni ca *model tehnic*.

Un exemplu luat din G. Simondon (op. cit., p.26) va ilustra alunecarea spre conotaţia tehnică printr-o schemă de automatism. Suprimarea pornirii maşinii cu manivela face funcţionarea ei mecanică mai puţin simplă din punct de vedere strict tehnologic, subordonând-o folosirii energiei electrice dată de o baterie de acumulatori, care e exterioară sistemului. Tehnic vorbind, avem de-a face cu o complicare şi o abstractizare, care însă sunt prezentate ca un progres şi un semn de modernitate. Automobilele cu manivelă sunt demodate, cele fără manivelă sunt moderne în virtutea conotaţiei de automatism care, de fapt, marchează o slăbiciune structurală. Se va putea spune, bineînţeles, că lipsa manivelei are şi o funcţie absolut reală: satisfacerea dorinţei de automatizare. La fel, părţile cromate şi aripile uriaşe ce îngreuiază maşina au ca funcţie satisfacerea exigenţei de prestigiu. Vedem însă că aceste funcţii secunde se exercită în dauna structurii concrete a obiectului tehnic. În vreme ce o mulţime de elemente nestructurate persistă atât în motor cât şi în aspectul exterior al maşinii, constructorii prezintă ca pe o mare realizare mecanică folosirea unui automatism supraabundent la accesorii, sau recurgerea sistematică la servocomandă”, al cărei efect imediat e fragilizarea obiectului, grăbirea căderii lui în desuetudine şi a reînnoirii.

TRANSCENDENŢA „FUNCŢIONALĂ”.

Şi astfel, gradul de perfecţiune al unei maşinalii e privit pretutindeni ca direct proporţional cu gradul ei de automatizare. Or, pentru ca un dispozitiv să devină automat, trebuie sacrificate multe posibilităţi de funcţionare. Pentru a face automat un obiect practic, acesta trebuie *stereotipat în funcţia lui* şi fragilizat. Departe de a avea o semnificaţie tehnică în sine, automatismul comportă, în toate cazurile, un risc de blocaj tehnologic: atâta timp cât obiectul nu e automatizat, e susceptibil de remaniere şi de depăşire într-un ansamblu funcţional mai larg. Dacă devine automat, funcţia lui se desăvârşeşte, dar se şi încheie, devenind exclusivă.

Automatizarea e, astfel, un fel de închidere, de redundanţă funcţională; ea îl aruncă pe om într-o iresponsabilitate de spectator. E visul unei lumi supuse şi al unei tehnicităţi împlinite tehnic, în serviciul unei umanităţi inerte şi visătoare.

Gândirea tehnologică actuală dezminte această tendinţă: adevărata perfecţionare a mecanismelor, despre care se poate spune că ridică gradul de tehnicitate, adevărata „funcţionalitate" prin urmare, nu mai corespunde unui spor de automatizare ci unui rest de indeterminare ce-i permite mecanismului să fie sensibil la informaţia venită din afară. Maşina de înaltă tehnicitate e o structură deschisă, iar ansamblul maşinilor deschide îl presupune pe om ca pe un organizator şi interpret viu. Dacă însă această tendinţă e negată la nivel tehnologic ridicat, în practică ea orientează obiectele spre o abstractizare primejdioasă. Automatizarea domneşte pretutindeni, iar fascinaţia pe care o exercită nu e atât de mare decât din cauză că nu e cea a raţionalităţii tehnice: o percepem ca pe o dorinţă fundamentală, ca pe *un adevăr imaginar al obiectului*, faţă de care structura şi funcţia lui concretă ne lasă destul de indiferenţi. Nu avem decât să ne gândim la această dorinţă fundamentală, pe care o avem în fiecare clipă, pentru ca „toate să meargă de la sine", ca fiecare obiect, în funcţia ce-i e rezervată, să împlinească miracolul celui mai mic efort – automatizarea îi apare utilizatorului ca o prodigioasă absenţă, iar delectarea pe care o propune e, pe alt plan, asemănătoare celei pe care o avem când vedem fără a fi văzuţi. Satisfacţie esoterică, în inima cotidianului însuşi. Faptul că fiecare obiect automatizat ne antrenează în stereotipii de conduită: deseori definitive nu poate pune sub semnul întrebării exigenţa imediată dorinţa de automatizare e prezentă chiar de la început. Ea precedă practica obiectivă. Iar dacă e atât de adânc înrădăcinată încât mitul împlinirii ei formale se opune, ca un obstacol aproape material, unei structurări deschise a tehnicilor şi nevoilor, e din cauză că e ancorată în obiecte, asemenea propriei noastre imagini3.

Deoarece obiectul automatizat „merge singur”, el impune o asemănare cu individul uman autonom, şi această fascinaţie va triumfa. Ne găsim în faţa unui nou antropomorfism. Cândva, instrumentele de lucra, mobilierul, ca şi casa însăşi, aveau imprimate foarte limpede, în morfologia şi utilizarea lor, prezenţa şi imaginea omului.4 Această complicitate e distrusă la nivelul obiectului tehnic perfecţionat, substituindu-i-se un simbolism care nu mai e acela al funcţiilor primare, ci al funcţiilor super-structurale: omul nu mai proiectează în obiectele automatizate gesturi, energie, propri-ile-i nevoi şi imaginea trupului său, ci autonomia conştiinţei sale, puterea lui de control, individualitatea lui proprie şi ideea persoanei sale.

Superfuncţionalitate a conştiinţei al cărui automatism se prezintă, de fapt, ca echivalent în obiect. Automatismul ţine să apară ca un *nec plus ultra*** al obiectului, un fel de transcendere a funcţiei, corolar al transcendenţei formale a persoanei; apoi, maschează prin abstracţia lui formală faliile structurale, mecanismele de apărare şi determinările obiective. Visul ce bântuie până şi obiectele e cel al monadei perfecte şi autonome: vis ce ocupă centrul subiectivităţii. Eliberat, în zilele noastre, de animismul naiv şi de semnificaţiile umane, obiectul găseşte elementele mitologiei sale moderne – şi una din căile pe care continuă să o urmeze, automatizarea, e tot o cale de suprasemnificare a omului în esenţa lui formală şi-n dorinţele sale inconştiente – în însăşi existenţa lui tehnică (prin proiectare în tehnic a autonomiei absolute a conştiinţei individuale), contrariindu-şi astfel în mod tenace, poate iremediabil, finalitatea structurală concretă şi posibilitatea de „a ne schimba viaţa”.

Şi reciproc: automatizând şi multifuncţionalizându-şi obiectele în loc să tindă la o structurare fluidă şi deschisă a practicilor, omul arată, într-un fel anume, ce semnificaţie primeşte el însuşi într-o societate tehnică: cel mai frumos obiect, priceput la toate, model instrumental.

În acest sens, automatizarea şi personalizarea nu

sunt deloc contradictorii. Automatizarea nu e altceva decât personalizarea visată la nivelul obiectului. E forma cea mai împlinită, cea mai sublimă a inesenţialului, a diferenţei marginale prin care funcţionează raportul personalizat al omului cu obiectele lui5.

ABERANTA FUNCŢIONALĂ: GADGETUL

În sine, automatizarea e doar o deviere a tehnicii, însă ea se deschide asupra întregului univers al delirului funcţional. Altfel spus, întregul câmp al obiectelor fabricate, în care o complicaţie iraţională, obsesia detaliului, tehnicitatea excentrică şi formalismul gratuit. În această zonă poli –, para –, hiper –, şi metafunţională, departe de determinările obiective, obiectul e reluat integral în imaginar. Dacă în automatizare se proiecta tradiţional imaginea conştiinţei, în lumea „schizofuncţională” nu se mai înscriu decât pure obsesii. Aici ar trebui scrisă o întreagă patafizică a obiectului – ştiinţă a rezolvărilor tehnice imaginare.

Dacă supunem obiectele din jur acestei întrebări: ce e structural în ele, şi ce astructural? Ce e obiect tehnic, şi ce accesoriu, gadget, indice formal? ne vom da seama că trăim în plin mediu neotehnic, într-o ambianţă pronunţat retorică şi alegorică. De altfel, tocmai barocul inaugurează cu adevărat epoca modernă, prin predilecţia pentru alegorie, noul individualism al discursului, redundanţa formelor şi trucarea materiilor, ca şi prin formalismul demiurgic – rezumând anticipat, pe plan artistic, toate temele şi miturile erei tehnice, inclusiv paroxismul formal al detaliului şi al mişcării.

La acest nivel, echilibrul tehnic al obiectului e rupt: s-au dezvoltat prea multe funcţii accesorii, *în care obiectul nu mai e* decât *necesitatea de a funcţiona*, sau o superstiţie funcţională: pentru orice operaţiune, există sau trebuie să existe un obiect posibil; dacă nu există, trebuie inventat. Tocmai acesta e şiretlicul concursului Lepin, care, fără a aduce nicio inovaţie, pune la punct obiecte cu o funcţie extraordinar de specifică şi perfect inutilă, prin simpla combinaţie de stereotipuri tehnice. Funcţia vizată e atât de

precisă încât nu poate fi decât un pretext: de fapt, obiectele sunt *subiectiv* funcţionale, altfel spus obsesionale. Iar demersul invers, „estetic”, care lasă deoparte funcţia pentru a preamări frumuseţea mecanismului pur, e acelaşi lucru. Aceasta deoarece, pentru inventatorul concursului Lepin, faptul că reuşim să scoatem ouăle din cartonul lor folosind energia solară, sau orice altă operaţiune la fel de derizorie, e doar un alibi al manipulării şi contemplării obsedante. Ca orice obsesie de altfel, şi acestea pot avea o calitate poetică, pe care o sesizăm mai mult sau mai puţin în maşinăriile lui Picabia, în mecanismele lui Tinguely, în simplele rotiţe ale unui ceas ieşit din uz sau în orice obiect despre care nu mai prea ştim la ce serveşte, dar în faţa mecanismului căruia trăim o fascinaţie plină de emoţii. Lucrul care nu mai serveşte la nimic poate să *ne* servească nouă înşine.

PSEUDOFUNCŢIONALITATEA: MAŞINUL

„Maşinul” * * * e un concept care rezumă funcţionalismul în gol. Orice „maşin” e înzestrat cu virtuţi operatorii. Dacă maşina îşi declară funcţia prin însuşi numele ei, „maşinul” rămâne, în paradigma funcţională, un termen indeterminat, cu nuanţă pejorativă de „lucru care nu are nume”, sau pe care nu-l putem numi (imoralitatea unui obiect despre care nu ştim exact la ce foloseşte). Cu toate acestea, %el funcţionează. Paranteză nesigură, obiect rupt de funcţia sa, „maşinul” – sau „trucul”, cum spun unii – face să se ghicească o funcţionalitate vagă, nelimitată, care e mai degrabă imaginea mentală a unei funcţionalităţi imaginare.

E imposibil să punem în ordine întregul câmp al polifuncţionalităţii obsesive: de la acel „Vistemboir” al lui Marcel Aymé, despre care nimeni nu ştie ce e, dar care serveşte necesarmente la ceva, la „lucrul” de la Radio Luxemburg, joc inepuizabil de întrebări prin care unii dintre auditori încearcă să aproximeze numele cutărui obiect infim (lamela inoxidabilă, făcută dintr-un aliaj special, pe care o găsim în fundul trombonului cu culisă, şi care serveşte în mod deosebit la...), de la neînsemnatele

ocupaţii casnice de duminică la super-gadgetul în stil James Bond se desfăşoară întregul muzeu al accesorilor miraculoase, a cărui încoronare e giganticul efort industrial de producere de obiecte şi gadgeturi, de „maşinuri” cotidiene care nu sunt cu nimic mai prejos, în specializarea lor maniacă, de străvechea imaginaţie barocă a celor ce fac de toate. Căci ce-am mai putea spune despre maşinile de spălat vase cu ultrasunete, care îndepărtează resturile fără ca cineva să se atingă de ele; dar despre prăjitorul de pâine ce ne îngăduie să obţinem nouă grade diferite de prăjire, sau despre linguriţa mecanică pentru preparat coctailuri? Ceea ce era cândva doar excentricitate fermecătoare şi nevroză individuală devine, în stadiul serial şi industrial, destructurarea cotidiană neîncetată a unui spirit pradă nebuniei sau exaltat de amănunte.

Dacă ne gândim la tot ce poate fi calificat drept „maşin”, vom fi înspăimântaţi de volumul de obiecte ce se referă la acest concept gol. Ne vom da seama că proliferarea detaliilor tehnice ale lor e însoţită, la fiecare dintre noi, de o enormă slăbiciune conceptuală, şi că limbajul nostru e în mare întârziere faţă de structurile de articulare funcţională a obiectelor de care ne folosim oarecum firesc. În civilizaţia noastră, apar tot mai multe obiecte, iar termenii ce le desemnează sunt tot mai puţin numeroşi. Dacă „maşina” a devenit un termen generic precis (şi nu a fost întotdeauna aşa: la sfârşitul secolului al XVIII-lea, mai avea încă sensul actual al „maşinului”), pe măsură ce a trecut în domeniul muncii sociale, „maşinul” acoperă tot ceea ce, specializându-se şi încetând să mai răspundă vreunei exigenţe colective, scapă formulărilor şi cade în mitologie. Iar dacă „maşina” ţine de domeniul „limbii” funcţionale, „maşinul” de referă la domeniul subiectiv al „vorbirii”. E inutil să mai spunem că, într-o civilizaţie în care se înmulţesc obiectele neformulate (sau greu de formulat, atât prin neologisme cât şi prin parafrazare), rezistenţa noastră la mitologie e mult mai slabă decât într-o civilizaţie a obiectelor cunoscute şi

numite până în cele mai mici detalii. Trăim într-o lume a „şoferilor de duminică”, cum spune G. Friedmann, a oamenilor care nu s-au aplecat niciodată asupra motorului, *şi pentru care funcţionarea lucrurilor nu e doar un simplu fapt, ci un mister*.

Dacă admitem că mediul în care trăim, şi prin urmare viziunea noastră cotidiană despre lume, e în mare măsură unul de simulacre funcţionale, trebuie să ne întrebăm ce superstiţie prelungeşte această neputinţă concep –, luată, compensând-o. Care e misterul funcţional al obiectelor? E obsesia vagă, dar tenace, a unei lumi-maşină, a unui mecanism universal. Nici maşina nu e o formă împlinită, nici maşinul una degradată. Cele două sunt de ordin diferit. Prima e un operator real, al doilea unul imaginar. Maşina semnifică un anumit ansamblu practic real, prin faptul că-l structurează. În ce-l priveşte, maşinul semnifică doar o operaţie formală, aceasta fiind însă operaţia *totală* a lumii. Calitatea maşinului, deşi e derizorie în realitate, 6 e universală în imaginar. Fleacul electric ce serveşte la scoaterea din fructe sau noul accesoriu de aspirator pentru curăţirea părţii de sus a dulapurilor nu sunt, poate, mai practice: ele satisfac însă credinţa că există un executant maşinal posibil pentru orice nevoie – şi că orice problemă practică (şi chiar şi psihologică) poate fi prevăzută, preîntâmpinată şi rezolvată dinainte de un obiect tehnic, raţional, adaptat, absolut adaptat – la ce însă? N-are nicio importanţă. Esenţialul e că lumea e dată ca fiind „rezolvată prin operaţiuni” – dinainte. Semnificatul real al „maşinului” nu e aşadar sâmburele de prună sau partea de sus a dulapului, ci întreaga natură, reinventată conform unui principiu tehnic al realităţii: un simulacru total de natură automatizată. Iată mitul şi misterul lui. Şi ca orice mitologie, şi a lui are doi versanţi: dacă mistifică omul scufundându-l în visul funcţional, mistifică şi obiectul, scufundându-l în determinaţii umane iraţionale. Există un raport strâns de complicitate între Umanul – prea uman – şi Funcţionalul – prea funcţional: impregnarea lumii umane cu o finalitate tehnică e întotdeauna, şi în acelaşi timp, o

impregnare a tehnicii cu o finalitate umană – şi în bun şi în rău. Omul e sensibil mai mult la perturbarea relaţiei umane prin intervenţia absurdă şi totalitară a tehnicii, şi mai puţin la perturbarea evoluţiei tehnice prin intervenţia absurdă şi totalitară a umanului. Cu toate acestea, tocmai iraţionalul umanităţii şi fantasmele lui alimentează „maşinul" din spatele oricărei maşini; altfel spus, chiar ele fac să izbucnească fantasma funcţională, din spatele practicii funcţionale concrete.

Adevărata funcţionalitate a maşinului e de natură inconştientă: iată de ce el exercită o mare fascinaţie. Dacă e absolut funcţional şi absolut adaptat – dar la ce? – e din cauză că e adaptat la alte exigenţe decât cele practice. Mitul unei funcţionalităţi miraculoase *a lumii* e corelativ cu fantasma unei funcţionalităţi miraculoase *a trupului*. Schema soluţionării tehnice a lumii e legată de schema împlinirii sexuale a subiectului: în acest sens, maşinul, care e prin excelenţă un instrument, e în mod fundamental un substitut al falusului, şi prin excelenţă mediul operatoriu al funcţiei. De altfel, orice obiect e întrucâtva maşin: în măsură în care instrumentalitatea lui practică se estompează, poate fi investit cu una libidinală. E cazul jucăriilor copilului, al unei pietre sau bucăţi de lemn a „primitivului", al unui mic stilou ce devine fetiş în ochii „necivilizatului", dar şi al cutărui dispozitiv mecanic dezafectat sau al udui obiect vechi pentru „omul civilizat".

În orice obiect, principiul de realitate poate fi pus mereu între paranteze. *E de ajuns ca practica concretă a obiectului să se fi pierdut pentru ca acesta să fie transferat între practicile mentale*. Ceea ce înseamnă pur şi simplu că în spatele fiecărui obiect real se află un obiect visat.

Lucru care ne-a izbit când am prezentat obiectele vechi. În vreme însă ce, pentru acestea, transcendenţa sau abstracţia mentală erau raportate mai curând la materie şi la formă, precum şi la un complex involuntiv al naşterii, obiectele pseudofuncţionale, „maşinii", sunt legate de transcendenţa abstractă *a funcţionalităţii*, şi prin aceasta de un complex proiectiv şi falie al puterii. Aceasta e,

repetăm, o distincţie analitică; deoarece dacă obiectele nu au în general decât o funcţie precisă, au în schimb o funcţionalitate „mentală" nelimitată: în ea, toate fantasmele îşi pot găsi un loc. Cu toate acestea, o evoluţie a imaginarului lor e indicată de trecerea de la o structură animistă la una energetică: obiectele tradiţionale erau martori ai *prezenţei* noastre, simboluri statice ale organelor corpului uman. Obiectele tehnice exercită o fascinaţie diferită, deoarece trimit la o *energie* virtuală, nemaifiind astfel receptacule ale prezenţei noastre, ci purtători ai propriei noastre imagini dinamice. Şi în acest caz ar trebui, de altfel, să aducem nuanţe, deoarece energetica aparatelor cele mai moderne devine şi ea discretă, iar forma acestora – ca învelită în ceva, şi de asemenea eliptică.

Într-o lume a comunicării şi a informaţiei, spectacolul energiei e tot mai rar. Miniaturizarea şi schematismul sărac al gesticii le răpesc obiectelor evidenţa simbolică7. Cu toate acestea, să nu ne neliniştim: dacă uneori obiectele scapă controlului practic al omului, nu scapă niciodată de o investire imaginară. *Modalităţile imaginarului urmează modalităţile evoluţiei tehnice*, iar modalitatea viitoare a eficienţei tehnice va da naştere şi ea unui nou imaginai". Aspectele acestuia sunt încă greu de prevăzut, dar e posibil că după structurile unui imaginai animist şi după cele ale unui imaginar energetic va veni vremea să studiem structurile unui imaginar cibernetic, al cărui mit central nu va mai fi cel al unui funcţionalism absolut, ci acela al interrelaţionalităţii absolute a lumii. Pentru moment, mediul înconjurător cotidian e împărţit între cele trei luni, încă în proporţii inegale. Vechiul bufet, automobilul şi magnetofonul coexistă în acelaşi cerc: cu toate acestea, sunt radical diferite după modul existenţei lor imaginare, ca şi după cel al existenţei lor tehnice.

În orice caz, oricare ar fi funcţionarea obiectului, o simţim ca pe o funcţionare *a noastră*. Oricare ar fi modalitatea lui de existenţă, ne proiectăm în ea, chiar dacă e absurdă ca în cazul „maşinului". Ba chiar cu atât mai

mult cu cât e mai absurdă. Aceasta în virtutea celebrei formule, magică şi comică totodată: „iată un lucru care poate servi la ceva”. Dacă obiectul serveşte într-adevăr uneori la ceva, mai adesea serveşte la orice şi la nimic, iar atunci, în mod profund, la aceasta: „poate servi întotdeauna la ceva”.

METAFUNCŢIONALITATEA: ROBOTUL

Limita proiecţiei imaginare e obiectul visat din science-fiction, domeniul „maşinului” pur. Nu trebuie să credem că am părăsi cotidianul, genul science-fiction nefiind decât extrapolarea acestuia în tendinţele lui iraţionale, graţie unei fabulaţii libere. Mărturie esenţială despre civilizaţia obiectului, căreia îi precizează unele aspecte, ştiinţa-ficţiune nu are, dimpotrivă, nicio valoare profetică. Practic, nu are nimic de-a face cu viitorul real al evoluţiei tehnice: e doar viitorul anterior al acesteia, dacă putem spune aşa, şi se hrăneşte cu arhaisme sublime, cu un inventar de forme şi de funcţii deja dobândite. Prea puţină invenţie structurală, dar e o mină inepuizabilă de rezolvări imaginare ale nevoilor şi ale funcţiilor stereotipe, adesea marginale şi excentrice. De fapt, e apoteoza treburilor mărunte. Dar dacă valoarea ei reală de explorare e săracă, e dimpotrivă un foarte bogat izvor de documentare în domeniul inconştientului.

În mod deosebit, ea ilustrează ceea ce am recunoscut ca pe adevărul cel mai adânc, dacă nu cel mai iraţional, al obiectului modern: automatizarea. De fapt, ea a inventat doar un super-obiect: *robotul*. Omul nu va mai trebui să-şi plimbe prin grădină duminica maşina de tăiat iarba, căci ea va porni şi se va opri singură. E oare acesta singurul destin posibil al obiectelor? Drumul care le stă în faţă – a progresa ineluctabil în funcţia lor actuală până la automatizare (şi, poate, până la mimetismul total al autogenerării „spontane” – râşniţele de cafea produc, la rândul lor, alte mici râşniţe de cafea – cum îşi închipuie copiir) – are mai puţin de-a face cu tehnicile viitoare ale umanităţii, şi mai mult cu determinările ei psihologice actuale, în acest sens, mitul robotului rezumă toate căile

inconştientului în domeniul obiectului. E un microcosmos simbolic al lumii şi al omului totodată; cu alte cuvinte li se substituie în acelaşi timp ambelor. E sinteza între funcţionalitatea absolută şi antropomorfismul absolut. Aparatul electric de menaj e precursorul lui. Din acest motiv, robotul nu e, de fapt, decât rezolvarea mitologică a unei faze naive a imaginarului: proiectarea unei funcţionalităţi continue şi *vizibile*. Căci e nevoie ca substituirea să fie vizibilă. Dacă robotul îşi afişează atât de limpede a caracterul de proteză mecanică (trupul îi e metalic, gesturile discontinue, sacadate, inumane), e pentru a ne fascina în deplină siguranţă. Dacă ar fi dublul omului, până şi în supleţea gesturilor, ar trezi spaime. Ceea ce trebuie el să fie e simbolul unei lumi total – şi deopotrivă – funcţionalizată şi personalizată, prin urmare dându-ne siguranţă pe toate planurile, în care puterea abstractă a omului se poate încarna până la limita ei extremă, fără a cădea în identificare9.

Dacă robotul e, pentru inconştient, obiectul ideal care rezumă toate celelalte obiecte, aceasta nu se întâmplă din cauză că ar fi simulacrul omului ca eficienţă funcţională, ci pentru că, fiind acest lucru, nu e îndeajuns de perfect pentru a fi dublul omului, şi deoarece, fiind om, rămâne în mod vizibil un obiect, prin urmare un *sclav*. De fapt, robotul e mereu un sclav. Poate avea toate calităţile, în afară de una, care-i asigură omului dominaţia: sexul. Tocmai prin această limitare, rel îşi exercită fascinaţia şi valoarea simbolică. Prin polifuncţionalitate, confirmă stăpânirea falică a lumii de către om, însă în acelaşi timp poartă mărturie (fiind controlat, stăpânit, pus” să funcţioneze, asexuat) despre faptul că falusul e un sclav, şi că sexualitatea a fost domesticită, nemaitrezind spaime – din el nu mai rămâne decât funcţionalitatea docilă, încarnată (ca să spunem aşa) într-un obiect ce ne seamănă; funcţionalitate care supune lumea, dar care ne e supusă: partea ameninţătoare a fiinţei noastre, cu care de acum încolo ne putem mândri ca şi cum ar fi un sclav preaputernic făcut după chipul nostru, a fost exorcizată.

Acum vedem de unde vine tendinţa noastră de a duce fiecare obiect spre stadiul de robot. În acest stadiu, obiectul îşi încheie funcţia psihologică inconştientă, şi tot în el ia sfârşit şi el însuşi, deoarece robotul nu are nicio evoluţie: *e înţepenit în propria-i asemănare cu omul*, şi-n abstracţia funcţională cu orice preţ. Şi tot robotul marchează sfârşitul sexualităţii genitale active, deoarece sexualitatea proiectată în el e neutralizată, dezarmată, exorcizată, fixată în obiectul pe care-l imobilizează. Abstractizare narcisistă: universul de science-fiction e o lume asexuată.

Robotul mai e însă interesant şi pentru altceva. Fiind sfârşitul mitologic al obiectului, adună în el toate fantasmele ce bântuie în relaţiile noastre de profunzime cu mediul.

Dacă robotul e sclav, trebuie să amintim că tema sclavului e legată întotdeauna (chiar şi-n legenda ucenicului vrăjitor) de tema *revoltei*. Sub orice formă s-ar manifesta, răzvrătirea robotului nu e rară în cărţile de science-fiction; e întotdeauna implicită. Ca şi sclavul, robotul e, în acelaşi timp, bun şi perfid; foarte bun, precum puterile înlănţuite, şi foarte rău – asemenea celor dezlănţuite. Or, omul are toate motivele să se teamă (ca şi ucenicul vrăjitor) de redeşteptarea forţelor conjurate sau înlănţuite – care-i seamănă. Aceste forţe reprezintă, de fapt, propria-i sexualitate, ce se întoarce împotriva lui şi de care îi e frică. Eliberată, dezlănţuită, răzvrătită, sexualitatea devine duşmanul de moarte al omului: lucru manifestat prin numeroasele şi imprevizibilele răsturnări de situaţie din lumea roboţilor, transformările lor malefice sau, pur şi simplu, spaima unei atari convertiri brutale – mereu posibilă. Căci omul e prada puterilor cele mai adânci care-l stăpânesc, şi se trezeşte în faţa propriului dublu, înzestrat cu energia acestuia; or, legenda arată că apariţia dublului e aducătoare de moarte. Reînvierea, prin revoltă, a energiilor falice pentru moment supuse – iată sensul perfidiei mecanice a roboţilor, ce semnifică de asemenea şi dezintegrarea funcţională a ambianţei. În

această situaţie, în povestiri apar două rezolvări: omul îmblânzeşte puterile răului, lucrurile reintrând astfel în ordinea „morală”, sau puterile încarnate în obiect se distrug una pe cealaltă, automatizarea fiind dusă până la sinucidere. Tema robotului ce se defectează mortal şi a autodistrugerii e şi ea frecventă în science-fiction, ca un corolar al temei revoltei. Pasiunea cititorului e ţinută trează de un fel de apocalips secret al obiectelor, al Obiectului. Am putea fi tentaţi să apropiem această poveste de condamnarea morală a caracterului luciferic al ştiinţei: cum tehnica se îndreaptă spre propria-i pierzanie, omul îşi regăseşte natura lui bună. Această temă morală, e fără îndoială, activă în povestirile de ficţiune, dar e, în acelaşi timp, prea naivă şi prea raţională. Morala n-a fascinat pe nimeni, niciodată; or, dezagregarea aşteptată a robotului ne aduce o ciudată satisfacţie. Ceea ce impune recurenţa fantasmei de dezintegrare rituală, prin care culminează triumfalismul funcţional al obiectului, e mai puţin o constrângere morală cât o dorinţă fundamentală. Avem în faţă spectacolul savurat al morţii, şi dacă admitem că robotul simbolizează sexualitatea aservită, admitem şi că dezintegrarea lui constituie, pentru om, spectacolul simbolic al dezagregării sexualităţii sale, pe care o distruge după ce şi-a supus-o propriei imagini. Urmându-l pe Freud până la ultimele consecinţe, ne putem întreba dacă nu cumva omul nu celebrează, în avatarurile unei tehnici care a luat-o razna, evenimentul viitor al morţii sale, în cazul în care nu renunţă la sexualitate pentru a se elibera de spaimă.

O manifestare foarte la modă ne aduce în apropierea marelui eveniment al genului science-fiction: „sinuciderea” sau distragerea obiectului: sfârşitul fericit („evenimentul”), care are aspectul unui act distructiv orgiastic, al unei înjosiri a obiectelor sau al unui holocaust prin care p întreagă civilizaţie saturată îşi sărbătoreşte totala degradare şi moartea. În S.U.A., această viziune a fost comercializată printr-o modă: toată lumea poate cumpăra minunate maşinării cu rotiţe, biele, transmisii etc:

adevărate bijuterii funcţionale inutile a căror virtute e faptul că se dezagregă singure după câteva ore de funcţionare, brusc şi definitiv. Oamenii îşi oferă reciproc astfel de cadouri, iar defectarea, apoi distragerea şi moartea lor, e prilejul unei petreceri între prieteni.

Fără a merge mai departe, semnalăm prezenţa, în anumite obiecte, a unui fel de fatalitate. Şi aici automobilul are un rol privilegiat. În el, omul se angajează cu tot ce are mai bun sau mai rău. Se serveşte de el, dar totodată acceptă din partea lui – am putea spune chiar că aşteaptă – un destin a cărui imagine rituală apare, de exemplu, în sălile de cinema: moartea în maşină.

AVATARURILE TEHNICII

Iată cum putem aşadar studia mitologiile funcţionale, născute din telurica însăşi: până la acel gen de fatalitate în care tehnica stăpânirii lumii se cristalizează într-o finalitate inversă şi ameninţătoare. Ajunşi aici, va trebui:

1. să punem din nou problema fragilităţii obiectelor şi a eşecului lor: dacă la început ni se oferă ca ducând siguranţă şi ca factor de echilibra, fie el şi nevrotic, obiectele constituie şi un factor constant de decepţie.

2. să readucem în discuţie ipoteza implicată, în societatea noastră, a raţionalităţii scopurilor şi mijloacelor în ordinea de producţie şi în proiectul tehnic însuşi.

Acestea sunt două aspecte ce concurează disfuncţionalitatea şi contrafinalitatea obiectului: un sistem socio-economic de producţie şi un sistem psihologic al proiectărilor. Vom încerca să definim implicarea reciprocă a celor două sisteme şi modul în care ele se intersectează.

Societatea tehnică îşi trage puterile dintr-un mit tenace: progresul neîntrerupt al tehnicilor şi „întârzierea” morală a oamenilor faţă de ele. Cele două aspecte sunt solidare: „stagnarea” morală transfigurează înaintarea tehnicii şi face din ea, ca singura valoare sigură, instanţa decisivă a societăţilor noastre; în acelaşi timp, ordinea producţiei îşi primeşte justificarea pierzându-şi culpabilitatea. Sub acoperirea unei contradicţii morale e

eschivată contradicţia reală: faptul că actualul sistem de producţie se opune progresului tehnologic real (contribuind totuşi la el) – şi prin aceasta restructurării relaţiilor sociale. Mitul convergenţei ideale a tehnicii, producţiei şi consumului maschează nenumărate contrafinalităţi politice şi economice. Cum ar fi posibil, ca un sistem de tehnici şi de obiecte să progreseze, în vreme ce sistemul relaţiilor dintre oameni, care-l produce pe primul, stagnează? Oameni şi tehnici, nevoi şi obiecte se structurează reciproc, în bine şi în rău. Solidaritatea structurilor individuale şi sociale cu modalităţile ţelinice şi funcţionale e aproape o lege, pe o arie dată de civilizaţie. Lucra evident şi în civilizaţia noastră tehnică, în care tehnicile şi obiectele suferă de acelaşi servituţi ca şi oamenii: procesul de structurare concretă, prin urmare progresul obiectiv al tehnicilor, suferă de aceleaşi blocaje, devieri şi regresiuni ca şi procesul socializării concrete a relaţiilor umane, aşadar al progresului social obiectiv.

Există un fel de cancer al obiectului: proliferarea elementelor astructurale, care face ca triumfalismul lui să apară ca un cancer. Întregul circuit social al modei şi al consumului dirijat se organizează tocmai prin aceste elemente astructurale (automatizare, accesorii, diferenţe neesenţiale) 10. Iar evoluţia tehnică are tendinţa de a se împotmoli în ele. Tot în ele, obiectul, saturat cu anticipaţie, se extenuează în convulsii ale formelor şi în schimbări bătătoare la ochi, încercând să arate că, în spatele transformărilor, sănătatea lui e perfectă. „Din punct de vedere tehnic, spune L. Mumford (*Technique et Civilisation*, p.341), schimbările de formă şi de stil sunt semnele lipsei de maturitate. Ele arată că e vorba de o perioadă de tranziţie. Capitalismu111 a făcut însă din această perioadă de tranziţie una permanentă”. Apoi citează faptul că în SUA, de exemplu, după perioada fastă a anilor 1910 – 1940, când s-au născut automobilul, avionul, frigiderul, televizorul etc, invenţiile au încetat practic să apară. Nu îmbunătăţirile, perfecţionările şi condiţionările – ce ţin de prestigiul obiectului –, ci înnoirile

structurale. „Principalul obstacol în calea dezvoltării mai complete a mecanismelor, spune mai departe Mumford, stă în asocierea gustului şi modei cu risipa şi profitul comercial” (p.303). Pe de o parte, într-adevăr, perfecţionările minore, complicaţiile şi sistemele anexe (de siguranţă, de prestigiu) menţin o falsă conştiinţă a „progresului” şi marchează urgenţa transformărilor esenţiale (care ar putea fi numită „reformismul” obiectului). Pe de altă parte, moda – şi proliferarea lipsită de coordonare a sistemelor secundare –, reprezentând domeniul întâmplării, e şi acela al concurenţei nedefinite a formelor, prin urmare al prosperităţii comerciale maxime. Există o opoziţie fundamentală între verticalitatea tehnicii şi orizontalitatea profitului – între depăşirea continuă a invenţiei ţelinice şi închideiea asupra lui însuşi a unui sistem de obiecte şi de forme recurente în lumina finalităţii productive.

Tocmai aici apare vocaţia obiectelor ca substitute ale relaţiei umane. În funcţia lui concretă, obiectul e rezolvarea unei probleme practice. *În aspectele lui neesenţiale e rezolvarea unui conflict social sau psihologic*. Tocmai aceasta e „filosofia” modernă a obiectului la Ernst Dichter, profetul căutării motivaţiilor: conform ei, orice tensiune, orice conflict individual sau colectiv pot fi rezolvate printr-un obiect (*La Strategie du deşir*, p.81). Aşa cum avem câte un sfânt pentru fiecare zi a anului, avem şi câte un obiect pentru orice problemă: singurul lucra ce trebuie făcut e să-l fabricăm şi să-l lansăm la momentul potrivit. Acolo unde Dichter vede o rezolvare ideală, Mumford vede, mai precis una prin lipsă; cu toate acestea, şi el are aceeaşi concepţie despre obiect şi tehnică – substitutive ale conflictelor umane –, concepţie pe care o extinde la întreaga civilizaţie, într-o perspectivă critică: „O organizare mecanică e deseori substitutul temporar şi costisitor al unei organizări sociale efective sau al unei sănătoase adaptări biologice” (p.244). „Dispozitivele mecanice au sancţionat, într-un fel, ineficitatea socială” (p.245), şi: „În civilizaţia noastră, maşina, departe de a fi

semnul puterii şi al ordinii umane, e adesea indiciul inaptitudinii şi al paralizei sociale” (p.366).

E greu să evaluăm deficitul global pe care-l constituie pentru ansamblul unei societăţi diversiunea pe care o aduce tehnica (ea însăşi fiind supusă modei şi consumului forţat) faţă de conflictele şi nevoile reale. Deficitul e colosal. Dând exemplul automobilului, cu greu ne putem închipui ce instrument extraordinar de restructurare a relaţiilor umane ar fi putut fi el, graţie stăpânirii spaţiului şi convergenţei structurale a unui anumit număr de tehnici. Foarte repede însă, el s-a supraîncărcat cu funcţii parazitare: de prestigiu, confort, proiecţie inconştientă etc, care au încetinit şi apoi chiar blocat funcţia lui de sinteză umană. În prezent, e un obiect în deplină stagnare. Tot mai îndepărtat de funcţia rai socială de transportare, dar captând această funcţie în modalităţi arhaice, el se transformă, se reformează şi se metamorfozează înnebunitor, în limitele de nedepăşit ale unei structuri dobândite. O întreagă civilizaţie se poate opri la stadiul automobilului.

Dacă distingem trei niveluri concurente de evoluţie:

— O structurare tehnică a obiectului: convergenţa funcţiilor, integrare, concretizare, economie;

— O structurare paralelă a lumii şi a naturii: stăpânirea spaţiului, controlarea energiei, mobilizarea materiei. P lume tot mai pătrunsă de informaţii, interrelaţională;

— O structurare a practicii umane, individuale şi colective, către o „relativitate” şi o mobilitate tot mai mare, o integrare deschisă şi o „economie” socială analoagă celei a obiectelor tehnice cele mai evoluate, vom constata că, de fapt, în ciuda decalajelor datorate dinamicii proprie fiecăreia dintre aceste planuri, evoluţia se încetineşte sau se opreşte pe cele trei planuri simultan. Obiectul tehnic, odată blocat asupra rezultatului dobândit (al doilea plan: victoria parţială asupra spaţiului, în cazul maşinii), se mărgineşte să conoteze structura imobilizată peste care se întorc ca într-un reflex motivaţiile subiective

de orice ordin (regresia pe planul al treilea). Tocmai atunci, maşina, de pildă, pierzându-şi dinamismul de obiect tehnic (regresie pe planul întâi), intra în raport de complementaritate fixă cu casa: casa şi maşina constituie un sistem închis, investit cu semnificaţii umane convenţionale, iar maşina, în loc să fie un factor de relaţie şi de schimb, devine un adevărat obiect de consum. „Nu numai vechile forme tehnice au frânat dezvoltarea economiei neotehnice, ci şi noile descoperiri au contribuit, adesea, la menţinerea, reînnoirea şi stabilizarea structurii vechii ordini" (Mumford, p.236). Maşina nu mai înlătură obstacolele dintre oameni, deoarece aceştia pun în ea tot ce-i desparte. Spaţiul dominat devine un obstacol mai mare decât obstacolul ce trebuie trecut.12

TEHNICA ŞI SISTEMUL INCONŞTIENT

Cu toate acestea, ne putem întreba dacă nu cumva la originea stagnării relative a formelor şi tehnicilor, ca şi a deficienţelor sistemelor (a căror mare eficacitate pe planul integrării sociale poate fi însă verificată, v. *Modele şi serii*), stă altceva decât dictatura interesată a ordinii de producţie sau o instanţă alienantă absolută. Altfel spus, e vreun „accident social", după terminologia lui Mumford, în faptul că obiectele sunt subdezvoltate? (Dacă oamenii ar fi „nevinovaţi", iar ordinea producţiei ar fi, doar ea, răspunzătoare de statutul de minoritate tehnică, am avea de-a face cu un accident, cu o contradicţie inexplicabilă, după modelul invers al poveştii burgheze despre „înaintarea" tehnică şi „întârzierea" morală). În fapt, nu există niciun accident, ci, dacă e vorba să lăsăm partea cea mai mare exploatării sistematice, prin sistemul obiectelor, a unei întregi societăţi printr-o ordine de producţie legată structural de ordinea socială, o întâlnire, cu alte cuvinte *a* relaţie strânsă de complicitate negativă, sau o implicate reciprocă între disfuncţionalitatea sistemului socio-economic şi incidenţa profundă a sistemului inconştient, pe care am văzut-o ieşind la suprafaţă în sistemul robotului – deşi e imposibil de conceput, în faţa permanenţei şi solidităţii acestui sistem, că undeva ar putea exista o

convergenţă între ordinea colectivă a producţiei şi ordinea individuală a nevoilor, chiar dacă ultima ţine de inconştient.

Dacă conotaţia şi personalizarea, moda şi automatizarea se răsfrâng asupra elementelor astructurale pe care pune stăpânire producţia pentru a le sistematiza motivaţia iraţională, e poate şi din cauză că omul nu are nici voinţa sigură şi nici posibilitatea de a depăşi aceste structuri arhaice de proiectare – pentru că apare o profundă rezistenţă când e vorba de a sacrifica virtualităţile subiective, proiective şi recurenţa nedefinită a acestora în folosul unei evoluţii structurale concrete (în acelaşi timp tehnică şi socială) – pentru că, foarte simplu, există rezistenţe profunde când raţionalitatea trebuie să se substituie finalităţii contingente a nevoilor. Lucru care poate fi privit ca un eveniment fatal în modul de existenţă a obiectelor şi a societăţilor. Dincolo de un anumit prag de evoluţie tehnică şi în măsura în care nevoile primare sunt satisfăcute, avem nevoie de comestibilitatea fantasmatică, alegorică şi subconştientă a obiectului cel puţin tot atâta câtă avem de adevărata lui funcţionalitate. De ce oare maşinile nu au alte forme (carlinge în faţă, linii profilate prin care utilizatorul să se instaleze eficace în spaţiul pe care vrea să-l parcurgă), fiind un substitut al casei sau chiar al subiectului obsedat de forţa propriei sale proiecţii? Nu cumva din cauză că forma actuală, ce se exaltă în maşinile de curse a căror capotă exagerat de lungă e imaginea modelului absolut, îngăduie o proiecţie esenţială, mult mai importantă decât progresele făcute în arta de a ne deplasa?

Poate că omul simte nevoia de a supraîncarcă lumea cu discursul inconştientului, oprind-o astfel din evoluţie. Aici trebuie să mergem foarte departe. Dacă elementele structurale în care pare a se cristaliza cea mai tenace dorinţă nu sunt doar nişte funcţii paralele, complicări şi supraîncărcări, ci, la modul propriu, disfuncţii, căderi şi aberaţii faţă de ordinea structurală obiectivă; dacă o întreagă civilizaţie pare a abandona astfel o reală revoluţie

a structurilor sale, şi dacă toate acestea nu sunt un simplu accident

— Ne putem întreba dacă omul însuşi nu înclină mai degrabă spre disfuncţionalitate (şi nu spre funcţionalitatea în creştere a lumii), dincolo de mitul risipei funcţionale („abundenţa personalizată”), care, de fapt, ascunde obsesia propriei lui imagini? Nu cumva omul se complace în acest joc al disfuncţiilor care face tot mai mult din mediul nostru o lume de obiecte înţepenite în propria lor dezvoltare de o serie de excrescenţe, dezamăgite şi decepţionante tocmai în măsura în care se personalizează?

Ceea ce mai sus ne-a apărut ca o dimensiune determinantă a obiectului

— Dimensiunea substitutivă – primeşte acum o şi mai mare forţă: la nivelul conflictelor inconştiente, mai mult decât la al celor sociale sau psihologice conştiente evocate de Dichter şi Mumford, practica tehnicii, în speţă consumul de obiecte, joacă un rol de derivativ şi de rezolvare imaginară. Tehnica poate fi o mediere eficace în raportul oamenilor cu lumea; aceasta e însă calea cea mai grea. Cea mai uşoară e calea sistemului de obiecte ce se interpun ca o soluţie imaginară la orice fel de contradicţii, scurtcircuitând astfel ordinea tehnică şi ordinea nevoilor individuale, scurtcircuit în care energia celor două sisteme se epuizează. Nu trebuie aşadar să ne mirăm dacă sistemul obiectelor, ce rezultă din aceasta, poartă semnul eşecului: deficitul structural e doar reflectarea unor contradicţii a căror rezolvare formală e tocmai sistemul obiectelor. Ca *alibi* individual sau colectiv la un conflict sau altul, sistemul de obiecte nu poate decât să aibă seninul refuzului acestor conflicte.

Daial căror conflicte? Şi la ce sunt obiectele un alibi? Omul şi-a angajat întregul lui viitor în încercarea simultană de a îmblânzi energiile naturale din exterior şi energia libidinală din interior, toate fiind resimţite ca o ameninţare şi o fatalitate. Economia inconştientă a sistemului de obiecte e un dispozitiv de proiectare şi de domesticire (sau de control) a libidoului printr-o eficacitate interpusă.

Beneficiu paralel: stăpânirea naturii şi producerea de bunuri. Atâta doar că această minunată economie are, pentru ordinea umană, un risc dublu: 1. sexualitatea e exorcizată şi aruncată în ordinea tehnică; 2. aceasta din urmă va fi, la rândul ei, perturbată în propria-i evoluţie de energia conflictuală închisă în ea. Apar astfel elementele unei contradicţii de nerezolvat şi ale unui eşec cronic: aşa cum funcţionează actualmente, sistemul obiectelor constituie virtualitatea mereu prezentă a unui *consimţământ* la această regresie şi tentaţia sfârşitului sexualităţii, a amortizării ei definitive în recurenţa şi fuga înainte continuă a ordinii tehnice.

În practică, ordinea tehnică păstrează un anumit dinamism propriu, ce împiedică recurenţa nedefinită a unui sistem regresiv perfect, care ar însemna moartea. Cu toate acestea, premisele ei se află în sistemul obiectelor noastre, iar *tentaţia involutivă îl bântuie*, *coexistând mereu cu şansele de evoluţie*.

Această tentaţie involutivă spre ceea ce putem numi moartea – rezolvare a spaimei sexualităţii ia uneori, tot în cadrul ordinii tehnice, forme mai spectaculoase şi brutale. Şi atunci devine tentaţia, realmente tragică, de a vedea ordinea tehnică însăşi întorcându-se împotriva omului care o instituie. Ispita de a vedea reapărând tocmai fatalitatea acelei ordini tehnice care trebuia să o exorcizeze: un proces de acelaşi fel cu procesul descris de Freud – al energiei refulate ce revine prin instanţa care a refulat-o, şi care face să se clatine toate mecanismele de apărare. În opoziţie cu calmul involuţiei lente, tragicul e hăul unei rezolvări bruşte a conflictului dintre eu şi sexualitate. Erupţie ameţitoare a energiilor înlănţuite în simbolurile stăpânirii lumii – obiectele tehnice. Tocmai această înclinaţie contradictorie – a învinge fatalitatea şi, totodată, a o provoca – se reflectă în ordinea economică a producţiei, care, deşi produce neîncetat, nu poate produce decât obiecte fragile, în bună parte disfuncţionale, sortite unei morţi grăbite, pregătindu-şi aşadar distrugerea – nu doar producerea.

Să fim limpezi: nu fragilitatea în sine e tragică – şi nici moartea. E tragică *tentaţia* fragilităţii şi a morţii. Când obiectul devine atotputernic şi când acest lucru ne contrariază sau ne face să disperăm, tocmai această tentaţie găseşte drum liber de afirmare. Aceeaşi satisfacţie malignă şi ameţitoare am văzut-o proiectându-se în fantasmele de revoltă şi de distrugere ale robotului. Obiectul de răzbună. Se „personalizează" – de data aceasta în sens rău, în revoltă. Această conversiune ostilă ne şochează şi ne surprinde, dar trebuie să admitem că, foarte repede, apare o supunere în faţa răzvrătirii ca faţă de o fatalitate, şi un fel de evidenţă a fragilităţii care ne place. Plictiseala tehnică ne oboseşte teribil, însă o avalanşă de plictiseli ne poate provoca euforie. Suferim când un ulcior se fisurează uşor, dar dacă se sparge cu totul suntem mulţumiţi. Distrugerea obiectului e primită întotdeauna într-un mod ambiguu. *Ea ne face să ne pierdem siguranţa, dar materializează totodată obiecţia continuă pe care ne-o facem neîncetat nouă înşine, şi care cere şi ea satisfacţie*. Ne aşteptăm ca bricheta să funcţioneze, însăsperăm, sau poate chiar dorim, să nu pornească imediat (Dichter, p.91). Încercaţi să evocaţi un obiect infailibil, şi se asemenea decepţia pe care el ar reprezenta-o, tocmai pe planul obiecţiei faţă de sine. de care vorbeam mai sus: infailibilitatea sfârşeşte mereu prin a provoca spaima. Şi asta din cauză că o lume fără scăderi ar fi semnul unei resorbţii definitive a fatalităţii, prin urmare a sexualităţii. Iată de ce cel mai mic semn de renaştere a acestei fatalităţi provoacă în om o satisfacţie fundamentală: prin spărtura creată, sexualitatea reînvie pentru o clipă, chiar dacă e o putere ostilă (şi în această conjunctură e mereu astfel), şi chiar dacă această explozie semnifică eşecul, moartea sau distragerea. O contradicţie de profunzime primeşte o rezolvare contradictorie: cum ar putea fi altfel? 13 Civilizaţia noastră „tehnică", cum o presimţim în modelul american, e o lume în acelaşi timp sistematică şi fragilă. Sistemul obiectelor ilustrează sistematica fragilităţii, a efemerităţii, a recurenţei tot mai

scurte şi a constrângerii de repetare. A satisfacţiei şi a decepţiei deopotrivă. A exorcizării problematice a adevăratelor conflicte ce ameninţă relaţiile individuale şi sociale. Pentru prima dată în istorie, ne-am pomeni, prin societatea de consum, în faţa unei tentative organizate, ireversibile, de saturare şi de integrare a societăţii într-un sistem de neînlocuit format din obiecte care s-ar substitui pretutindeni unei interacţiuni deschise între foiţele naturii, nevoi şi tehnici – şi al cărei motor principal ar fi mortalitatea oficială, impusă şi organizată a obiectelor – gigantic sfârşit colectiv fericit, în care moartea grupului e celebrată prin distrugerea euforică şi prin devorarea rituală a obiectelor şi a gesturilor14. Încă o dată, putem crede că în toate acestea e doar o boală infantilă a societăţii tehnice şi să punem în legătură aceste tulburări de creştere doar cu disfuncţionalitatea structuiilor sociale actuale (ordinea de producţie capitalistă). Caz în care, pe termen lung, posibilitatea depăşirii ansamblului sistemului e salvată. Dacă însă în toate acestea e vorba de altceva decât de o finalitate anarhică a producţiei aflată în serviciul exploatării sociale, şi anume de incidenţa unor conflicte mai adânci, foarte individuale, repertoriate şi amplificate la scară colectivă, speranţa transparenţei va fi pierdută pentru totdeauna. Tulburări de creştere a unei societăţi promisă, de altfel, celei mai bune lumi posibile, sau regresie organizată în faţa unor conflicte de nerezolvat? Anarhie a producţiei, sau instinctul morţii? Problema rămâne deschisă: care e factorul ce dereglează o civilizaţie?

1 Trimitem cititorul la analiza retoricii formelor (*Valori de ambianţă*: *formele*) şi, pe plan sociologic, la capitolul *Modele şi serii*.

2 în domeniul formelor, de exemplu, aripa maşinii conotează viteza în absolut şi printr-un criteriu de evidenţă formală.

— *Servocomanda*: mecanism auxiliar ce asigură automat funcţionarea unui ansamblu, prin amplificarea unei forţe.

3 Desigur, există rezistenţe: o anumită personalizare „eroică” a conducerii, de exemplu, nu se împacă cu schimbarea automată a vitezelor. Dar acest eroism „personal” e sortit să dispară, vrând nevrând.

4 Chiar şi obiectul mecanic mai răspunde acestei exigenţe: automobilul, de pildă, nu a încetat de a fi socotit o imagine a omului, în ciuda funcţiei lui de vehicul. Linii, forme, organizare internă, mod de propulsie, carburant – toate virtualităţile structurale sunt negate în el, lăsând calea liberă sugestiilor de morfologie, comportament şi psihologie umană.

Nec plus ultra (lat.): ceva peste care nu se poate trece, limită de nedepăşit. Aici, sensul e de: un superlativ, o chintesenţă.

5 Asupra formalizării, v. mai departe *Modele şi serii*. Automatizarea e de altfel dependentă de motivaţiile modei şi de calculele de producţie: o sporire infimă a gradului de automatizare e cel mai bun mijloc de a declasa categorii întregi de obiecte.

Fr. *machin*: masculin provenit din *machine*, având însă un sens cu totul diferit: obiect sau persoană al cărui nume îl ignorăm sau ne scapă, sau pe care pur şi simplu nu vrem să-l numim corect. Se foloseşte exclusiv în limbajul familiar.

6 Cu toate acestea, un minimum de incidenţă practică reală e necesar întotdeauna pentru a servi drept alibi proiecţiei imaginare.

7 în lumea aparatelor miniaturizate, tăcute, imediate şi impecabile, automobilul rămâne marele obiect spectacular, prin prezenţa vie a motorului şi a actului de a conduce.

8 Limita e tocmai aici: o maşină în stare să fabrice o maşină identică e tehnologic de neconceput. Acest lucru ar fi, evident, culmea autonomiei, al cărei discurs se încheie întotdeauna în tautologie. Imaginarul nu poate însă merge până acolo decât poate cu preţul unei regresii magice şi infantile până la stadiul reduplicării automate (sciziparitatea). O astfel de maşină ar fi, de altfel, şi

culmea absurdului: singura ei funcţie fiind de a se reproduce pe sine ar putea ea oare să cureţe mazăre? în ce-l priveşte, omul nu are câtuşi de puţin drept unică funcţie reproducerea. Imaginarul nu e nebunie: el păstrează întotdeauna diferenţa între om şi dublul lui.

9 Aici vom cita din nou povestirea cu automatul din secolul al XVIII-lea (v. mai sus *Mitul funcţional*), când iluzionistul, printr-o cuhne a artei, îşi face propriile-i gesturi mecanice, decalându-şi oarecum propria-i aparenţă, în scopul de a-i da spectacolului sensul dorit: plăcerea diferenţei dintre automat şi om. Spectatorii ar fi fost prea înspăimântaţi dacă nu ar fi ştiut cine dintre om şi automat era „adevărat". Iar iluzionistul ştia că diferenţa dintre ei era mai importantă decât perfecţiunea automatului, şi că cel mai bine era ca oamenii să ia maşina drept om şi pe om drept maşină.

10 V. mai departe, *Modele şi serii*.

11 în mod evident, răspunderea lui e decisivă pentru o anume perioadă. Dincolo însă de un prag evoluţie tehnică şi de difuzare a bunurilor şi a produselor, lucrurile sunt mai puţin clare.

12 în acelaşi fel, putem admite că televiziunea sau cinematograful au ratat sau ratează imense posibilităţi concrete de „a ne schimba viaţa". „Nimeni nu se miră, scrie Edgar Morin (Le Cinéma *ou l'homme imaginaire*, p.15), de faptul că arta filmului s-a trezit, încă de când a apărut, radical îndepărtată de scopurile ei aparente, tehnice şi ştiinţifice, pentru a se lăsa înghiţită de spectacol, devenind „cinematograf. Avântul „cinematografului" a atrofiat dezvoltările ce ar fi fost fireşti". Apoi arată în ce fel încetineala înnoirilor (sunet, culoare, relief) e legată de explorarea cinematografului – mijloc de consum.

13 Legenda studentului praghez. Imaginea lui a ieşit din oglindă, s-a materializat într-un dublu şi-l obsedează (în urma pactului cu diavolul). E privat de imagine speculară, dar e bântuit de aceasta, devenită propriu-i dublu. Iar în ziua în care dublul se interpune între el şi

oglindă, ca-n scena primitivă, trage în el, şi-l ucide: se omoară însă pe sine, desigur, deoarece dublul l-a deposedat de propria-i realitate. Cu toate acestea, chiar înainte de a muri, îşi regăseşte imaginea reală în cioburile oglinzii sparte.

14 Ceea ce a fost numit *nihilismul* consumului (E. Morin).

D. SISTEMUL SOCIO-IDEOLOGIC AL OBIECTELOR ŞI AL CONSUMULUI

I. MODELE ŞI SERII

OBIECTUL PREINDUSTRIAL ŞI MODELUL INDUSTRIAL

Statutul obiectului modern e dominat de opoziţia *model-serie*. Într-un fel, lucrurile s-au petrecut aşa de când lumea. O minoritate socială privilegiată a servit întotdeauna drept câmp de experienţă pentru stiluri succesive, ale căror rezolvări, metode şi artificii au fost difuzate, mai apoi, de artizanatul local. Cu toate acestea, înaintea erei industriale nu putem vorbi nici de „model", nici de „serie". Pe de o parte, omogenitatea obiectelor societăţii preindustriale e mai mare, deoarece modul producerii lor e preţutin – deni munca manuală, deoarece sunt mai puţin specializate în propria lor funcţie şi pentru că evantaiul cultural al formelor e mai puţin vast (ne referim foarte puţin la culturile anterioare sau exterioare); pe de altă parte, segregaţia între un sector de obiecte ce pot pretinde că au un „stil" şi producţia locală, care are doar o valoare de întrebuinţare, e mai mare. Actualmente, mesele de fermă au o valoare culturală, în vreme ce acum 30 de ani nu erau utile decât prin serviciile pe care le puteau aduce. În secolul al XVIII-lea, nu exista nicio legătură între masa Ludovic al XV-lea şi cea ţărănească: cele două ordini de obiecte erau despărţite de un abis, ca şi cele două clase sociale pe care le reprezentau. Niciun sistem cultural nu le integra1. Nu putem spune nici că masa Ludovic al XIII-lea ar fi fost modelul din care nenumăratele mese şi scaune care l-au imitat ar fi dat o serie2. Există o difuzare restrânsă a tehnicilor artizanale,

dar nu şi a valorilor: „modelul” era absolut, legat de o transcendenţă. Nicio serie nu decurgea din el, în sensul modern al cuvântului. Statutul obiectelor e dat de ordinea socială: sunt sau nu nobil, căci nobleţea nu e termenul privilegiat al unei serii sociale, ci un har ce mă distinge în mod absolut. În cazul obiectelor, echivalentul acestei concepţii transcendente e ceea ce numim „stil”.

Distincţia de mai sus e importantă pentru obiectele „de stil”, preindustriale, şi modelele actuale. Doar ea ne îngăduie să precizăm, dincolo de opoziţia lor formală, raporturile reale dintre model şi serie în sistemul nostru contemporan.

Făcând remarca că, într-adevăr, importante straturi sociale trăiesc din obiecte de serie ce trimit, formal şi psihologic, la modelele din care trăieşte o minoritate socială, suntem ispitiţi să simplificăm problema opunând aceste obiecte unele altora, transferând mai apoi valoarea de realitate la un pol sau la altul, în mod exclusiv. Cu alte cuvinte despărţim modelul de serie, ex-pediindu-l în imaginar pe unul – sau pe cealaltă. Or, nici caracterul cotidian al obiectelor de serie nu e ireal faţă de o lume a modelelor care ar fi lumea valorilor adevărate, şi nici sfera modelelor nu e imaginară deoarece se referă doar la o minoritate infimă, părând că se sustrage, astfel, realităţii sociale. În zilele noastre, graţie informaţiei şi comunicării de masă care difuzează modelele, a fost stabilită a circulaţie nu numai a obiectelor, ci şi una „psihologică”, care introduce o diferenţă radicală între epoca industrială şi cea preindustrială, prin distincţia transcendentă a „stilului”. Cutare şi-a cumpărat o cameră de nuc la magazinul Dubonbois sau câteva aparate electromenajere de serie, realizând toate acestea ca pe un vis şi o promovaie socială, dar află totodată, din presă, la televizor sau la cinema, că există pe piaţă interioare „armonizate”, „funcţionalizate”. Ele îi apar, desigur, ca o lume de lux şi de prestigiu de care e despărţit aproape inexorabil de lipsa banilor, dar de care nu-l mai desparte vreun statut juridic de clasă şi nicio transcendenţă socială de drept. Lucru

esenţial din punct de vedere psihologic, deoarece tocmai din acest motiv utilizarea obiectului de serie e întotdeauna solidară cu postularea implicită sau explicită a modelelor, în ciuda frustrării sau a imposibilităţii materiale de a ajunge la ele.

În mod reciproc, modelele nu se mai retrag într-o existenţă de castă3, ci se deschid difuzării de serie, prin înserarea în producţia industrială. Şi ele se propun ca „funcţionale" (lucru incompatibil cu mobila „de stil"), şi ca accesibile tuturor de drept. Prin cel mai umil obiect, fiecare dintre noi participă, de drept, la un model. De altfel, există tot mai puţine modele şau serii pure. Tranziţiile dintre ele se diferenţiază la infinit. Asemenea producţiei, obiectul trece prin toate culorile prismei sociale. Iar aceste tranziţii sunt trăite în mod cotidian, ca posibilităţi sau frustrări: modelul e interiorizat de obiectul ce participă la serie, iar seria e indicată, negată, depăşită şi trăită contradictoriu prin obiectul ce participă la model. Acest curent, ce traversează întreaga societate, şi care duce seria spre model făcând în acelaşi timp ca modelul să se difuzeze continuu în serie, această dinamică neîntreruptă e însăşi ideologia societăţii noastre.

OBIECTUL „PERSONALIZAT

Să reţinem că schema de distribuire model/serie nu se aplică la fel tuturor categoriilor de obiecte. Ea e limpede când e vorba de îmbrăcăminte: rochii Fath / costume de gata, sau de automobile: Facel-Vega / 2 CP. Devine însă mai puţin evidentă pe măsură ce abordăm categorii de obiecte mai specificate ca funcţie: diferenţele se estompează chiar când e vorba de un „Frigidaire" General Motors şi un „Frigeco", de un televizor sau altul. La nivelul micilor ustensile: râşniţa de cafea etc, noţiunea de model tinde să se confunde cu cea de „tip", iar funcţia obiectului absoarbe foarte liber diferenţele de statut, ce sfârşesc prin a se epuiza în alternanţa model de lux/model de serie (această opoziţie marcând punctul celei mai mici rezistenţe a moţiunii de model). Dacă trecem acum la obiectele colective, adică la dispozitive mecanice, vom

vedea că, aşa cum nu există maşină pură nu există nici exemplar de lux: un laminor, chiar dacă e unic în lume, e obiect de serie, de îndată ce apare. O maşină poate să fie mai „modernă" decât o alta, fără a deveni, numai prin aceasta, un „model" faţă de care celelalte, mai puţin perfecţionate, ar forma seria. Pentru a obţine aceleaşi performanţe, va trebui să fabricăm alte maşini de acelaşi tip, adică să constituim o serie pură, plecând de la primul termen. Nu poate fi vorba de o gamă de diferenţe calculate pe care s-ar putea baza o dinamică psihologică. La nivelul funcţiei pure nu există modele, deoarece nu există nici variabile combinatorii.4

Alegerea

Niciun obiect nu e oferit pentru consumare într-un tip unic. Ceea ce ne poate fi refuzat e posibilitatea materială de a-l cumpăra. Ceea ce ne e dat însă *a priori* în societatea noastră industrială ca un har colectiv şi ca semn al libertăţii formale e alegerea. „Personalizarea" se bazează tocmai pe această disponibilitate.5 Cel ce cumpără-depăşeşte stricta necesitate a cumpărării şi se angajează *personal* dincolo de ea tocmai în măsura în care i se oferă un evantai tot mai larg. De altfel, nici nu mai avem posibilitatea de a nu alege, pentru a cumpăra un obiect doar în funcţie de utilitate; niciun obiect nu se propune, în zilele noastre, ca un „grad zero" al cumpărării. Cu sau fără voia noastră, libertatea de a alege ne constrânge să intrăm într-un sistem cultural. Alegerea e prin urmare suspectă: dacă o percepem ca pe o libertate ne dăm seama destul de puţin că ne e impusă ca atare, şi că prin ea societatea globală ni se impune nouă înşine. Dacă alegem o maşină anume, şi nu o alta, lucrul acesta ne personalizează, poate; faptul de a alege ne prinde însă în ansamblul ordinii economice. „Simplul fapt de a alege un obiect sau un altul, pentru a ne distinge de ceilalţi, e în sine un serviciu social" (Stuart Mill). Înmulţind obiectele, societatea abate asupra lor capacitatea de alegere, neutralizând astfel pericolul pe care-l constituie pentru ea, dintotdeauna, exigenţa personală. Plecând de aici, e

limpede că noţiunea de „personalizare” e mai mult decât un argument publicitar: e un concept ideologic fundamental al unei societăţi ce vizează, prin „personalizarea” obiectelor şi a credinţelor, mai buna integrare a persoanelor.

Diferenţa marginală

Corolarul faptului că orice obiect ne soseşte printr-o alegere e faptul că, la drept vorbind, niciun obiect nu se propune ca unul de serie; toate se vor modele. Cel mai neînsemnat se va distinge de celelalte printr-o diferenţă: culoare, accesorii, amănunte. Diferenţă care e dată, mereu, ca specifică:

„Această ladă de gunoi e absolut originală, Gilac Decor a înflorit-o pentru dumneavoastră”.

„Acest frigider e revoluţionar: are un compartiment de congelare suplimentar şi un încălzitor pentru unt”.

„Acest aparat de ras electric reprezintă vârful progresului: e hexagonal şi antimagnetic”.

De fapt, această diferenţă e una marginală (după terminologia lui Riesman), mai bine spus una neesenţială. Într-adevăr, la nivelul obiectului industrial şi al coerenţei lui tehnologice, exigenţa de personalizare nu poate fi satisfăcută decât prin inesenţial. Pentru a personaliza automobilele, producătorul ia un şasiu de serie şi un motor de serie, modificând câteva caracteristici exterioare sau adăugând câteva accesorii. Ca obiect tehnic esenţial, automobilul nu poate fi personalizat. Pot fi personalizate doar aspectele lui inesenţiale.

Natural, cu cât are să răspundă la mai multe exigenţe de personalizare, cu atât caracteristicile lui eseţiale vor fi mai grevate de servituţi externe. Caroseria se îngreunează cu accesorii, formele contravin normelor tehnice de fluiditate şi mobilitate a unui vehicul. Diferenţa „marginală” nu e aşadar doar marginală: ea contrazice esenţa obiectului tehnic. Funcţia de personalizare nu e numai o valoare adăugată, ci una parazitară. Tehnologic vorbind, nu putem concepe, în sistemul industrial, niciun obiect personalizat care, prin aceasta, nu şi-ar pierde

tehnicitatea optimă. Cea mai grea răspundere o are însă ordinea producţiei, care promovează neîncetat inesenţialul, pentru a stimula consumul.

42 de combinaţii de culori, de pildă, într-o singură nuanţă sau în două, vă permit alegerea Arianei *dumneavoastră*, şi chiar şi aripa înfrumuseţată ultraspecială poate fi cumpărată de la concesionar odată cu maşina. Căci toate aceste diferenţe „specifice" sunt, desigur, reluate şi serializate în producţia industrială. *Moda este tocmai această serialitate secundă*. Până la urmă totul e model, şi nu mai există modele. În spatele seriilor limitate succesive, apare însă o tranziţie discontinuă spre serii tot mai limitate, bazate pe diferenţe tot mai infime şi mai specifice. Nu mai există modele absolute cărora li s-ar opune categoric obiectele de serie lipsite de valoare, în acest caz, nu am mai avea niciun temei psihologic pentru a alege, şi prin urmare nu ar mai exista niciun sistem cultural posibil. Sau, cel puţin, niciun sistem cultural apt de a integra societatea industrială modernă în ansamblul ei.

Idealitatea modelului

Cum se pune în mişcare acest sistem de personalizare şi de integrare? Prin faptul că, în diferenţa „specifică", realitatea socială a obiectului e neîncetat negată şi contestată, în favoarea modelului. După cum am văzut, această diferenţă e, obiectiv, inesenţială. Adesea, ea ascunde o lacună tehnică.7 De fapt, e o diferenţă prin lipsă. E trăită însă întotdeauna ca distinctivă, ca un exponent de valoare, ca o diferenţă prin exces. Nu e nevoie, prin urmare, să existe pentru fiecare categorie de obiecte modele concrete; unele obiecte nici nu au: diferenţele infime, trăite mereu în mod pozitiv, sunt suficiente pentru a împinge seria înainte, creând aspiraţia la un model ce nu poate fi decât virtual. Diferenţele marginale sunt motorul seriei şi alimentează mecanismul integrării.

Seria şi modelul nu trebuie privite ca termenii unei opoziţii sistematice, în care modelul ar fi un fel de esenţă

care, împăiţită şi apoi înmulţită prin conceptul de masă, ar ajunge la serie, fiind astfel starea mai concretă şi mai densă a obiectului, ce s-ar vedea intrat într-un circuit şi difuzat printr-o serie după propria-i imagine. Opoziţia model/serie e deseori un fel de proces entropie, omolog celui al degradării în căldură a formelor mai nobile ale energiei. Această concepţie, ce deduce seria din model, ascunde realitatea trăită, a cărei mişcare e tocmai inversă: o inducţie continuă a modelului plecând de la serie – aşadar nu o degradare (care ar fi de netrăit), ci o aspiraţie.

De fapt, se vede foarte bine că modelul se află pretutindeni în serie. El e cea mai mică diferenţă „specifică" ce distinge un obiect de un altul. Am remarcat aceeaşi mişcare în colecţie, unde fiecare termen poartă în el o diferenţă relativă ce-l fac să fie, pentru o clipă unul privilegiat – un model –, toate distincţiile relative trimiţând unele la altele şi rezumându-se în diferenţa absolută – în fapt însă *doar în ideea* de diferenţă absolută care e Modelul. Acesta există sau nu. Automobilul Facel-Vega există, însă toate diferenţele de culori sau de capacitate cilindrică trimit, în cele din urmă, la ideea de Facel-Vega. *E esenţial ca modelul să fie doar ideea de model*. Acest lucru îi îngăduie să fie prezent pretutindeni, în orice diferenţă relativă, integrând astfel întreaga serie. Prezenţa efectivă a unei Facel-Vega ar bloca cu totul satisfacţia „personalizată" în orice altă maşină. Prezumţia ei idealizată serveşte însă drept alibi şi ca model eficace personalizării în ceea ce nu e Facel-Vega. Modelul nu e nici sărac, nici bogat: e o imagine generică, formată prin cumularea tuturor diferenţelor relative, care fascinează tocmai prin mişcarea ce face ca seria să se nege pe sine trecând de la o diferenţă la alta, şi prin circulaţia intensă, repercutarea multiplicată şi substituirea nedefinită – idealizarea formală a depăşirii. Un întreg proces evolutiv al seriei e integrat şi investit în model.

De altfel, numai faptul că modelul e doar o idee face posibil procesul personalizării. Conştiinţa nu s-ar putea personaliza niciodată într-un obiect, ar fi absurd: ea se

personalizează într-o diferenţă, deoarece aceasta, trimiţându-ne la ideea singularităţii absolute („Modelul”), trimite simultan la semnificatul real, adică la singularitatea absolută a utilizatorului, a cumpărătorului său, cum am văzut deja, a colecţionarului. În mod paradoxal oricine dintre noi se simte deosebit printr-o idee vagă, comună tuturor. Reciproc, consensul imaginai – ideea de model – va fi reactivat printr-o continuă singularizare conformă evantaiului diferenţelor seriale. Personalizarea şi integrarea merg strict împreună. Tocmai acesta e *miracolul sistemului*.

DE LA MODEL LA SERIE

Deficitul tehnic

După ce am analizat jocul formal al diferenţelor prin care obiectul de serie se dă drept model şi e trăit ca atare, vom analiza, de data aceasta, diferenţele *reale* ce disting modelul de serie. Aceasta deoarece sistemul ascendent de valorificare diferenţială prin referire la un *model ideal* maschează în mod evident realitatea inversă: destructurarea şi descalificarea masivă a obiectului de serie faţă de *modelul real*.

Dintre toate servituţile ce afectează obiectul de serie, cea mai evidentă e aceea care priveşte durata şi calitatea lui tehnică. Imperativele de personalizare adăugându-se celor de producţie, accesoriile vor prolifera, în dauna strictei valori de folosire. Toate inovările, ca şi jocul modei, fac ca obiectul să fie mai fragil şi mai efemer. E o tactică subliniată de Packard (op. cit., p. 63.): „Putem limita în mod voluntar durata unui obiect sau să-l scoatem din folosinţă acţionând fie asupra funcţiei lui (iată-l surclasat de un altul, superior din punct de vedere tehnologic: de fapt e un progres), fie asupra calităţii lui (se strică sau se uzează după un anumit timp, în general destul de scurt), fie asupra prezentării lui (îl putem demoda prin propria noastră voinţă: nu ne mai place, deşi îşi păstrează calităţile funcţionale)”.

Ultimele două aspecte ale acestui sistem sunt solidare: reînnoirea accelerată a modelelor influenţează,

de una singură, asupra calităţii obiectului – de exemplu, ciorapii pot fi oferiţi în toate culorile, dar vom avea o calitate mai slabă, iar dacă nu, va trebui să fie făcute economii la cercetarea tehnologică, pentru a finanţa o campanie publicitară. Dacă însă fluctuaţiile dirijate ale modei nu ajung pentru a stimula cererea, se va putea recurge la o subfuncţionalitate artificială: „viciul intenţionat de construcţie”.

Brook Stevens: „Toată lumea ştie că noi scurtăm intenţionat timpul în care produsele ies din uzinele noastre, şi că această politică e temeiul însuşi al economiei noastre” (Packard, p. 62.). La limită, nu e absurd să vorbim, precum Olivier Wendell, de „o minunată cabrioletă, concepută atât de raţional, încât într-o zi prevăzută dinainte, se dislocă într-o clipă” (*Ibid.*, p. 65.). Tot aşa, unele piese ale maşinilor americane sunt făcute pentru a ţine doar 60.000 de kilometri. Majoritatea acestor obiecte de serie ar putea fi mult superioare ca şi calitate, chiar dacă ar fi produse cu un cost de producţie sensibil egal – după cum spun, discret, chiar producătorii: piesele „fragilizate” costă, de fapt, cam tot atât cât piesele normale. *Trebuie însă ca obiectul să nu scape de condiţia lucrului efemer şi a modei*. Tocmai aceasta e caracteristica fundamentală a seriei: în ea, obiectul e supus unei fragilităţi organizate. Într-o lume a abundenţei (relative), *dimensiunea lipsei e definită de fragilitate*, *care ia locul rarităţii*. Seria e menţinută cu forţa într-o sincronie scurtă şi un univers perisabil. *Obiectul nu trebuie să se poată sustrage propriei sale morţi*. Jocului firesc al progresului tehnic, ce ar tinde să resoarbă mortalitatea obiectului, i se opune strategia producţiei, care încearcă din răsputeri să o păstreze.8 în domeniul vânzării se vorbeşte despre o „strategie a dorinţei” (Dichter), dar putem vorbi şi de una a frustrării: ambele se completează pentru a asigura finalitatea exclusivă a producţiei – ce apare, astăzi, ca o instanţă transcendentă ce are nu numai drept de viaţă, ci şi de moarte asupra obiectelor9

Cât despre model, el are drept la durată (relativă

însă, căci e angajat şi *e*\ în ciclul accelerat al obiectelor). Are drept la soliditate şi la „loialitate”. În mod paradoxal, el câştigă lupta într-un domeniu ce părea rezervat seriei prin tradiţie – valoarea de întrebuinţare. Această precumpănire se adaugă celei a modei, iar calităţile tehnice căutaţilor formei, pentru a constitui „funcţionalitatea” superioară a modelului.

Deficiul de „stil”.

Paralel, când trecem de la model la serie, calităţile sensibile ale obiectului scad odată cu cele tehnice. Iată exemplul materialului: fotoliul Airbome, de oţel şi piele, devine un fotoliu din aluminiu şi skai: Dubonbois. Peretele din sticlă translucidă al interiorului model e din plastic în interiorul de serie. Iar mobila din lemn curat va fi o mobilă din lemn alb furniruit. Rochia din lână sau mătase de cea mai aleasă calitate se va înmulţi într-o confecţie de lână amestecată sau de mătase artificială. Diferenţele vor fi marcate prin dispariţia, în proporţie variabilă, nu doar a materiei, ci şi a greutăţii, a rezistenţei, a tonului, a „căldurii”. Modelul se distinge, eminamente, prin valori de contact apropiate de calităţile profunde, în vreme ce valorile vizuale – culoare, formă – tind să se transpună mai degrabă în serie, deoarece se pretează mai bine jocului de diferenţiere marginală.

Nici forma însă şi nici culoarea nu trec intact în serie. Finisarea lipseşte, şi de asemenea spiritul inventiv: chiar dacă sunt fidel transpuse, formele sunt private, în mod subtil, de originalitate. Ceea ce-i lipseşte prin urmare seriei, nu e atât materia cât o anumită coerenţă a materiei şi a formei care-i asigură modelului caracterul lui împlinit. Această coerenţă, sau ansamblul de raporturi necesare, e distrusă în favoarea jocului diferenţial al formelor, culorilor sau accesoriilor. Stilul e înlocuit printr-o artă a combinării. Descalificarea pe care am semnalat-o în planul tehnic ia acum aspectul unei destructurări. În obiectul-model, nu există detalii, şi nici joc al detaliilor: maşinile Rolls-Royce sunt negre – numai negre10. Astfel de obiecte sunt în afara seriei, în afara jocului. Jocul se lărgeşte în mod

proporţional la un caracter serial prin obiectele „personalizate” (vom putea găsi 15 sau 20 de nuanţe diferite la aceeaşi marcă), până când totul reintră în pura ustensilitate, în care jocul lipseşte din nou (multă vreme maşinile de 2 CP. au fost, toate, gri, care nici măcar nu era culoare). Modelul are armonie, unitate, omogenitate, coerenţă de spaţiu, de formă, de substanţă, de funcţie: de o sintaxă. Obiectul de serie e doar juxtapunere, combinaţie întâmplătoare, discurs nearticulat. Fiind de totalizat, nu mai e decât o sumă de detalii ce ţin, în mod mecanic, de serii paralele. Cutare fotoliu e unic prin întâlnirea pielii de culoarea unei sălbăticiuni, a fierului negru, a liniei generale şi a spaţiului care circulă împrejurul lui. În obiectul serial ce-i corespunde vedem cum pielea se schimbă în plastic, cum nuanţa sălbatică dispare, cum metalul îşi pierde greutatea sau se galvanizează, cum volumele se deplasează: totul se destructurează, iar substanţa lui propriu-zisă se instalează într-o serie de obiecte din piele falsă; culoarea sălbatică, devenită maro, poate fi regăsită în mii de obiecte, picioarele din ţeava metalică sunt identice cu cele ale unor banale scaune etc: obiectul nu mai e decât o compilaţie de amănunte şi o întâlnire a mai multor serii. Alt exemplu: un automobil de lux de un roşu unic. „Unic” înseamnă nu numai că acel roşu nu mai poate fi găsit nicăieri, ci şi faptul că, împreună cu celelalte calităţi ale maşinii, formează un tot: maşina nu e roşie „pe deasupra”. E de ajuns însă că roşul unui model mai „comercial” să nu mai fie chiar acelaşi, pentru că acel roşu să apară în mii de maşini – şi iată cum roşul cade la nivelul amănuntului, al accesoriului. Maşina e roşie „pe deasupra”, căci ar fi putut fi verde sau neagră.

Diferenţa de clasă

Acest lucru ne va ajuta să aducem precizări în ce priveşte decalajul dintre model şi serie. Mai mult decât prin coerenţă, modelul se distinge prin nuanţă. Asistăm cu toţii la un efort de stilizare a interioarelor de serie şi la încercarea de „a promova gustul la nivelul maselor”. În general, rezultatul e monocromia şi monostilul.

„Cumpăraţi-vă o cameră de zi barocă sau o bucătărie albastră!” Ceea ce trece drept „stil” e, de fapt, un stereotip, o generalizare lipsită de nuanţe, a unui amănunt sau aspect particular. Aceasta deoarece *nuanţa* (*în unitate*) e rezervată modelului în vreme ce *diferenţa* (*în uniformitate*) îi revine seriei. Nuanţele sunt infinite; sunt inflexiuni mereu reînnoite, prin puterea de a inventa, într-o sintaxă liberă. Diferenţele sunt în număr finit şi rezultă din flexiunea sistematică a unei paradigme. Să nu ne lăsăm înşelaţi: dacă nuanţa pare rară iar diferenţa marginală infinită, deoarece beneficiază de o difuzare masivă, din punct de vedere structural cea care e inepuizabilă e nuanţa (prin ea, modelul se orientează spre opera de artă), în vreme ce diferenţa serială intră într-un şir finit de combinaţii, într-o tablatură care, desigur, se schimbă continuu din cauza modei, dai care, în fiecare moment sincronic în care-l avem în vedere, e limitat şi strâns supus dictaturii producţiei. De fapt, unei majorităţi imense i se propune un evantai limitat – în serii, iar unei infime minorităţi – o nuanţare infinită a modelelor. Primei, un repertoar (uneori vast) de elemente fixe sau cele mai probabile; celei de a doua – o multiplicitate de şanse. Uneia, un cod de valori indexate, alteia o invenţie mereu reînnoită. Avem de a face, prin urmare, cu un statut şi o diferenţă de clasă.

Plin redundanţa caracteristicilor lui secundare, obiectul de serie compensează pierderea calităţilor fundamentale. Culorile, contrastele şi liniile „moderne” sunt puse să suprasemnifice; modernitatea e accentuată tocmai când modelele ies din ea. În vreme ce modelul are o respiraţie, o discreţie şi un firesc care sunt culmi ale culturii, obiectul de serie e înglodat în propria-i exigenţă de singularitate, afişând o cultură silită, un optimism de prost gust şi un umanism primar. Are o scriitură de clasă şi o retorică specifică, cum o are şi modelul pe a lui: discreţie, funcţionalitate mascată, perfecţiune şi eclectism.11

Un alt aspect al acestei redundanţe: acumularea.

Totdeauna, interioarele de serie sunt prea încărcate cu obiecte. Iar dacă sunt prea multe obiecte e din cauză că e prea puţin spaţiu. Raritatea determină o reacţie de promiscuitate, de saturare. Numărul compensează însă pierderea de calitate a obiectelor. Modelul are spaţiul lui: nici prea aproape, nici prea departe. Interiorul model e structurat de aceste distanţe relative, şi va avea mai degrabă o tendinţă spre redundanţa inversă: conotaţia prin vid13.

Privilegiul actualităţii

Iar acum, o altă distincţie, de la model la serie: cea a timpului. Am văzut că obiectul de serie e făcut pentru a nu dura. În societatea de consum, generaţiile de obiecte mor repede (ca şi generaţiile umane în societăţile subdezvoltate), pentru ca altele să poată urma după ele – iar dacă abundenţa creşte, acest lucru are loc în limitele unei rarităţi calculate. Problema de mai sus priveşte durata tehnică a obiectului. Actualitatea lui, trăită prin modă, e însă altceva. N

O scurtă sociologie a obiectului vechi arată că piaţa lui e guvernată de aceleaşi legi şi, de fapt, se organizează după acelaşi sistem model/serie ca şi piaţa obiectelor „industriale”. În această *olla podrida** ce se desfăşoară de la mobilierul baroc la Chippendale”, trecând prin biroul de stil Medicis, Modern Style şi falsul stil rustic, vedem cum bunăstarea şi cultura permit oamenilor să caute tot mai sus în gama produselor „clasate excepţional”, punctul involuţiei lor „personale”. Există un *standing* al regresiei, şi fiecare după mijloacele sale îşi poate oferi o vază grecească adevărată sau falsă, o amforă romană sau un ulcior spaniol. În materie de obiecte, trecutul şi exotismul au o dimensiune socială: cultură şi venituri. De la clasa bine situată, care din Evul Mediu până în epoca Regenţei, trecând prin marea epocă clasică, se aprovizionează de la anticari, la clasa medie cultivată care caută la negustorul de lucruri de ocazie decorul cultural al burgheziei amestecată cu o ţărănime. autentică” – până la personajul rustic gata făcut pentru sectorul terţiar (căruia-i plac

decorul ţărănesc devenit foarte burghez cu o generaţie înainte şi „stilurile” provinciale – de fapt un ghiveci de nedatat, cu reminiscenţe de „stil”): fiecare clasă are propriul ei muzeu personal cu lucruri de ocazie. Într-o măsură destul de mare, doar muncitorul şi ţăranul nu se prăpădesc după lucruri vechi. Aceasta din cauză că nu au nici suficient timp, nici destui bani, şi mai ales pentru că nu sunt prinşi încă în fenomenul de aculturare ce afectează celelalte clase (ei nu-l refuză conştient, ci pur şi simplu îi sunt străini). Cu toate acestea, nu le place nici modernitatea „experimentală”, nici „creaţia” şi nici avangarda. Adesea, muzeul lor se va reduce la fierăria cea mai umilă, la un întreg folclor de animale din faianţă sau din pământ ars, la bibelouri, ceşti, amintiri puse în ramă etc, un talmeş-balmeş de vechituri învecinate cu ultimul aparat electric de menaj. Lucru care nu compromite câtuşi de puţin exigenţa de „personalizare”, care e aceeaşi pentru toţi. Atâta că fiecare regresează cât poate. Valoarea apare aici prin diferenţa culturalizată, şi se plăteşte scump. În nostalgia culturală, ca şi în actualitatea modei, există modele şi serii.

Dacă vom căuta, în acest evantai, ceea ce se califică drept valoare plină, vom vedea că e fie extrema avangardă, fie o dimensiune aristocratică a trecutului: vila de sticlă şi de aluminiu cu linii eliptice sau castelul din secolul al XVIII-lea, un ideal viitor sau Vechiul Regim. La celălalt capăt, seria pură şi termenul nemarcat nu se situează chiar în actualitate (aceasta fiind, împreună cu viitorul, timpul avangardei şi al modelului), şi nici într-un trecut transcendent, care e privilegiul bunăstării şi al culturii dobândite, ci într-un trecut „imediat”, un trecut nedefinit, care de fapt e un timp în întârziere faţă de prezent, o temporalitate intermediară, în care au căzut modelele de ieri. În moda vestimentară, succesiunea e mai rapidă: astăzi, funcţionalele poartă rochii ce copiază croitoria de mare clasă din ultimul sezon. În mobilier, ceea ce e foarte cumpărat a fost la modă cu câţiva generaţii în urmă. Timpul seriei e timpul strălucirii precedente: cei mai mulţi

oameni trăiesc, în ceea ce priveşte mobilierul, într-un timp ce le e străin: timp al generalităţii, al insignifianţei, timp al lucrurilor care nu sunt nici moderne dar nici vechi, care nu vor deveni niciodată astfel, şi care corespunde, în spaţiu, conceptului impersonal de cartier mărginaş. De fapt, seria nu reprezintă faţă de model doar pierderea singularităţii, a stilului, a nuanţei şi a autenticităţii, ci şi pierderea dimensiunii reale a timpului. Ea aparţine unui fel de sector vid al vieţii cotidiene – dimensiune negativă, alimentată mecanic de desuetudinea modelului. Căci numai modelele se schimbă: seriile nu fac decât să se succeadă în spatele unui model ce fuge mereu înainte. În aceasta stă adevărata lor irealitate.

Necazurile persoanei

„Produsul cel mai căutat în zilele noastre, spune Riesman (op. cit., p. 76.), nu mai e nici materia primă, nici maşinile, ci personalitatea”. Într-adevăr, o adevărată *constrângere* de realizare personală îl obsedează pe consumatorul actual, în contextul unei mobilităţi silite instituită de schema model/serie (care e doar un aspect al unei structuri mult mai ample a mobilităţii şi aspiraţiei sociale), hi cazul nostru, această constrângere e de asemenea un paradox: în actul consumului personalizat, e limpede că subiectul, prin însăşi exigenţa sa de a fi *subiect*, nu face decât să se producă ca *obiect* al cererii economice. Proiectul lui, filtrat şi îmbucătăţit cu anticipaţie de sistemul socio-economic, va fi descurajat tocmai în mişcarea ce tinde să-l realizeze. „Diferenţele specifice” fiind produse la scară industrială, alegerea pe care-o poate face e dinainte imobilizată; îi rămâne doar iluzia unei distincţii personale. Vrând să adauge acel ceva care o va singulariza, conştiinţa se reifică şi mai mult în amănunte. Tocmai acesta e paradoxul alienării: alegerea vie se încarnează în diferenţe moarte, iar în bucuria acestora proiectul se neagă şi se pierde.

Tocmai aceasta e şi funcţia ideologică a sistemului: în el, promovarea statutară e doar jucată, toate diferenţele fiind integrate dinainte. Însăşi decepţia ce străbate

ansamblul e integrată prin fuga înainte a sistemului.

Putem vorbi de alienare? în ansamblul lui, sistemul personalizării dirijate e trăit de imensa majoritate a consumatorilor ca o libertate. Aceasta îi apare ca pur formală doar privirii critice, asemenea personalizării, care rezumă necazurile persoanei. Chiar şi acolo unde publicitatea face să joace motivaţia în gol (mărci duble pentru acelaşi produs, diferenţe iluzorii, condiţionări variabile etc.) şi unde alegerea e prinsă în capcană dinainte, trebuie să admitem că diferenţele superficiale sunt reale, când sunt valorificate ca atare. Cum putem contesta satisfacţia omului care-şi cumpără un vas de flori sau un aparat de ras „antimagnetic”? Nicio teorie a nevoilor nu ne îngăduie să dăm prioritate unei anume satisfacţii trăite, în dauna alteia. Dacă exigenţa valorii personale e atât de profundă încât, în lipsă de altceva, se încarnează într-un obiect „personalizat”, cum să respingem această mişcare – şi în numele cărei esenţe „autentice” a valorii?

Ideologia modelelor

Acest sistem se susţine printr-o ideologie democratică. El se vrea o dimensiune a progresului social: posibilitatea tuturor de a avea acces, treptat, la modele, ascendenţa sociologică continuă care ar îndrepta toate straturile societăţii, unul după altul, spre un lux material tot mai mare, şi de asemenea tot mai aproape de modelul absolut, prin succesiunea diferenţelor „personalizate”. Or.

1. În societatea noastră de consuni, suntem tot mai departe de egalitatea în faţa obiectului. Aceasta deoarece ideea de model se refugiază, concret, în diferenţe tot mai subtile şi definitive: o anumită lungime a fustei, cutare nuanţă de roşu, o anumită perfecţionare a stereofoniei, cele câteva săptămâni ce despart croitoria de înaltă clasă de difuzarea în reţele „preţ unic” – lucruri efemere ce se plătesc foarte scump. O aparenţă de egalitate s-a instituit prin faptul că toate obiectele se supun aceluiaşi imperativ de „funcţionalitate”. Această democratizare formală a statutului cultural ascunde însă, cum am văzut, inegalităţi

mai grave, deoarece afectează însăşi realitatea obiectului, calitatea lui tehnică, substanţa şi durata lui. Privilegiile modelului au încetat de a mai fi instituţionale interiorinzându-se dar devenind, tocmai prin aceasta, şi mai tenace. La fel cum diferite clase nu au avut acces progresiv la responsabilităţile politice după revoluţia burgheză, nici consumatorii nu au avut acces la egalitatea în faţa obiectului după revoluţia industrială.

2. A lua modelul drept un punct ideal pe care seria îl va atinge cândva e o pură iluzie. Obiectele posedate ne eliberează doar ca posesori, trimiţându-ne înapoi la libertatea nedefinită de a poseda şi alte obiecte: progresia e posibilă doar pe scara obiectelor, fiind însă o promovare fără ieşire, deoarece tocmai ea alimentează abstracţia inaccesibilă a modelului. Deoarece modelul nu e, în fond, decât o idee, adică *o transcendenţă interioară a sistemului*, acesta poate progresa în mod continuu şi să fugă înainte în întregimea lui; ca sistem rămâne de nedepăşit. Nu există nicio şansă ca modelul să treacă în serie fără a fi simultan înlocuit cu un alt model. Întreg sistemul progresează în bloc, dar modelele se substituie unele altora fără a fi niciodată depăşite ca atare, şi fără ca vreodată seriile ce se succed să se depăşească ca serii. Modelele merg mai repede decât seriile, fiind actuale, în vreme ce seriile plutesc undeva între trecut şi prezent, căznindu-se să le prindă. Această permanentă aspiraţie şi decepţie, orchestrată dinamic la nivelul producţiei, constituie însăşi dimensiunea vânătorii de obiecte.

E un fel de fatalitate: din clipa în care o întreagă societate se articulează asupra modelelor şi converge spre ele, şi în care producţia se străduieşte să destructureze sistematic modelele în serii iar seriile în diferenţe marginale şi în variante combinatorii până acolo încât obiectele primesc un statut tot atât de efemer ca şi cuvintele sau imaginile – când prin flexiunea sistematică a seriilor întregul edificiu devine paradigmatic, însă într-o ordine ireversibilă – scara de statut fiind fixă şi regulile jocului statutar aceleaşi pentru toţi – în această

convergenţă dirijată, în fragilitatea organizată şi în sincronia permanent distrasă nu mai e posibilă nicio negativitate. Gata cu contradicţia deschisă, cu schimbările de structură, cu dialectica socială! Aceasta deoarece mişcarea ce pare a însufleţi, după curba progresului tehnic, întregul sistem, nu-l poate împiedica pe acesta să fie fix şi stabil în el însuşi. Totul e în mişcare, aparent totul se transformă, dar cu toate acestea nimic nu se schimbă. O astfel de societate, lansată în progresul tehnologic, îndeplineşte toate revoluţiile posibile, dar sunt mişcări de revoluţie asupra ei înseşi. Productivitatea ei sporită nu se deschide asupra nici unei schimbări structurale.

Cu toate acestea, diferenţa dintre clasele de obiecte nu e deloc atât de clară ca şi cea dintre clasele sociale. Distincţia ierarhică absolută la nivelul ordinilor societăţii e temperată, la nivelul obiectului, de folosire: masa are aceeaşi funcţie primară pe întreaga scară socială.

2 Dacă bufetul Henric al II-lea a devenit mult mai recent mobilă de serie, lucrul e datorat schimbării de sens foarte specifice a obiectului cultural industrializat.

3 Cu toate acestea nu-şi pierd statutul de clasă (v. mai departe).

4 Nici opera de artă nu ţine de model sau de serie. Avem de-a face cu aceeaşi alternativă categorică ca şi în cazul maşinii: aceasta are o funcţie sau alta, opera de artă e adevărată sau falsă. Nicio diferenţă marginală. Dinamica model/serie se referă doar la obiectul privat şi personalizat – nu la nivelul operei înseşi.

5 Acolo unde nu există decât un singur tip (de automobil, în Germania de Est, de pildă), e vorba de un semn al penuriei, anterioară societăţii de consum propriu-zisă. Nicio societate nu poate privi acest stadiu decât ca pe unul provizoriu.

6 Vom reveni, mai departe, asupra acestui sistem.

7 V. *Gadgeturi şi roboţi*, şi mai departe, în acest capitol, descalificarea tehnică a obiectelor de serie.

8 Desigur, această tendinţă ar trebui să fie frânată de jocul concurenţei. Într-o societate de producţie

monopolistă însă (S.U.A.), concurenţa reală nu mai există de mult.

Trebuie însă să admitem că această strategie cinică nu e doar ea în cauză: apare şi complicitatea psihologică a consumatorului. Mulţi ar fi consternaţi dacă li s-ar cere să aibă 20 sau 30 de ani aceeaşi maşină, chiar dacă le satisface pe deplin nevoile. În legătură cu aceasta, v. *Gadgeturi şi roboţi*.

10 Sau gri: paradigma morală e însă aceeaşi.

11 într-un atare sistem, cei doi termeni nu pot decât să se suprasemnifice, fiecare în funcţie de celălalt, devenind prin aceasta redundanţi. De altfel, tocmai această redundanţă şi suprasemnificaţie e modalitatea psihosociologică trăită a sistemului, care nu e niciodată un pur sistem de opoziţii structurale, cum riscă uneori să sugereze descrierea noastră.

12 Dacă tradiţia burgheză, spontan redundantă (casa plină ochi), se preta acumulării, liniile mai „funcţionale" ale amenajării moderne o contrazic. Suprainvestirea spaţiului în interiorul modern de serie e prin urmare o inconsecvenţă şi mai gravă decât aceea ce se manifesta în interiorul tradiţional.

13 Cf. mai sus, *Conotaţia formală*. * *Olla podrida* (span.): ghiveci.

Chippendale: stil englez din anii 1750 – 1770, echivalent al rococoului european. * Foloseşte frecvent lemnul de acaju şi adună influenţe foarte variate (olandeze, Ludovic al XV-lea, gotic şi chinez), îmbinându-le cu o deosebită fantezie.

Sectorul terţiar se referă la servicii, nu la producerea directă de bunuri, rezervată agriculturii şi industriei.

n. CREDITUL

DREPTURILE ŞI ÎNDATORIRILE CETĂŢEANULUI CONSUMATOR

Dacă în zilele noastre obiectele ne sunt propuse sub semnul diferenţierii şi al alegerii, ele ne sunt propuse şi sub semnul creditului – cel puţin obiectele-cheie. Şi dacă obiectul ne e pur şi simplu vândut, alegerea lui ne e

„oferită”, după cum ne sunt „oferite” şi facilităţile de plată, ca un fel de cadou al ordinii de producţie. Creditul e subînţeles ca un drept al consumatorului, de fapt ca un drept economic al cetăţeanului. Orice restrângere a posibilităţilor de credit e resimţită ca o măsură de retorsiune din partea statului, iar o suprimare a creditului (lucra de altfel de neconceput) ar fi trăită de ansamblul societăţii ca suprimarea unei libertăţi. La nivelul publicităţii, creditul e un argument decisiv în „strategia dorinţei”, în care apare ca orice calitate a obiectului: în motivaţia de cumpărare, însoţeşte alegerea, „personalizarea” şi delirul publicitar, faţă de care e un complement tactic. Contextul psihologic e acelaşi: anticiparea modelului în serie devine acum anticipare a plăcerii de a avea obiecte în timp.

De fapt, sistemul creditului nu afectează obiectul de serie mai mult decât modelul, şi nimic nu ne împiedică să cumpărăm o maşină1 Jaguar în rate. Există totuşi un lucru, care e aproape o lege nescrisă: modelul de lux e cumpărat cu bani gheaţă, iar obiectul luat pe credit are puţine şanse de a fi model. Există şi o logică a *standingului* care face ca unul dintre privilegiile modelului să fie tocmai prestigiul cumpărării cu bani lichizi, în vreme ce constnngerea scadenţei e un adaos la deficitul psihologic al obiectului de serie.

O anumită pudoare a presimţit dintotdeauna în credit un pericol moral, şi a aşezat cumpărarea pe bani lichizi printre virtuţile burgheze. Putem însă admite că aceste rezistenţe psihologice scad progresiv. Dacă mai persistă, sunt vestigii ale noţiunii tradiţionale de proprietate, şi afectează îndeosebi mica clasă ce posedă bunuri, credincioasă conceptelor de moştenire, economisire şi patrimoniu. Aceste vestigii vor dispărea. Dacă cândva proprietatea era mai importantă decât folosinţa, în zilele noastre situaţia s-a inversat, iar extinderea creditului traduce, printre alte aspecte definite de Riesman, trecerea progresivă de la o civilizaţie a „acaparării” la una a practicii. Utilizatorul „pe credit” învaţă, încetul cu încetul,

să-şi folosească obiectul în deplină libertate, ca şi cum ar fi „al lui”. Cu precizarea că timpul de care are nevoie pentru a-l plăti e chiar timpul în care obiectul se uzează: „scadenţa” obiectului e legată de propria-i degradare (calculele pe care le fac firmele americane merg uneori până la a face să coincidă cele două perioade de timp). Lucru care, în caz de degradare sau de pierdere, implică mereu riscul ca obiectul să piară înainte de a ajunge la scadenţă. Risc ce defineşte, chiar şi acolo unde creditul pare perfect integrat vieţii cotidiene, o lipsă de siguranţă pe care obiectul „patrimonial” nu a cunoscut-o niciodată. Acesta e al meu şi suntem chit. Obiectul pe credit va fi al meu „după ce va fi fost plătit”: el trăieşte într-un fel de viitor anterior.

Spaima scadenţei e foarte deosebită, şi sfârşeşte prin a constitui un proces paralel ce ne apasă zi de zi, fără ca relaţia obiectivă să ajungă la conştiinţă: ea bântuie proiectele umane, dar nu şi practica imediată. Fiind ipotecat, obiectul ne scapă în timp, şi în fond ne-a scăpat întotdeauna. Iar această alunecare o întâlneşte, pe alt plan, pe cea a obiectului de serie care fuge mereu spre model. Fugă dublă, ce alcătuieşte fragilitatea latentă şi decepţia mereu apropiată a lumii de obiecte ce ne înconjoară.

De fapt, sistemul creditului nu face decât să limpezească un mod foarte general de legătură cu obiectele în contextul modern. Într-adevăr, pentru a duce o viaţă pe credit nu e nevoie să avem în faţă 15 rate la maşină, la frigider şi la televizor: dimensiunea model/serie, cu privirea îndreptată spre model, e deja una a handicapului. Dimensiune a promovării sociale, şi de asemenea dimensiune a aspiraţiei handicapate. *Suntem întotdeauna în întârziere asupra propriilor noastre obiecte*. Acestea se află în faţa noastră şi au deja un an de viaţă, pentru că ultima rată o vom plăti la anul, când un nou model le va înlocui. Prin urmare, creditul nu face altceva decât să transpună în ordinea economică o situaţie psihologică fundamentală: constrângerea de succesiune e

una singură – economică în ordinea de scadenţă a ratelor, psihosociologică în succesiunea sistematică şi accelerată a seriilor şi a modelelor. Oricum, ne trăim obiectele la modul unei temporalităţi ipotecate, constrânse dinainte. Dacă nu mai există nicio prejudecată împotriva creditului, e poate din caua că, de fapt, toate obiectele sunt trăite, în zilele noastre, ca obiecte pe credit, ca şi creanţe asupra societăţii globale, ce pot fi mereu reconsiderate, şi care se află într-o fluctuaţie continuă, fiind prinse într-o inflaţie şi o devalorizare cronică. La fel cum „personalizarea" ne-a apărut nu doar ca un artificiu publicitar, ci ca un concept ideologic de bază, creditul e, la rândul lui, mai mult decât o instituţie economică: e o dimensiune fundamentală a societăţii noastre, o nouă etică.

PRECESIUNEA* CONSUMULUI: O NOUĂ ETICĂ

Într-o singură generaţie, conceptul de patrimoniu şi de capital fix a dispărut. Acum o generaţie, obiectele dobândite reprezentau o proprietate şi materializau o muncă depusă. Nu de mult încă, cumpărarea unei sufragerii sau a unei maşini era rezultatul unui lung efort de economisire. Muncim visând la ce vom cumpăra: viaţa e trăită la modul puritan al efortului şi recompensei, iar când obiectele îşi fac apariţia înseamnă că au fost câştigate cinstit: ele sunt chitanţa trecutului şi siguranţa viitorului. Un capital. În zilele noastre, obiectele apar înainte de a fi câştigate, anticipând suma de eforturi şi de muncă pe care o reprezintă; ca să spunem aşa, *consumul precedă producţia*. Cum nu facem decât să ne servim de ele, nu mai avem nicio răspundere patrimonială: nimeni nu ni le-a lăsat moştenire, iar noi nu le vom lăsa nimănui. Ele exercită o alta constrângere: sunt cumva suspendate deasupra noastră, iar noi trebuie să le plătim. Dacă prin ele nu mai suntem legaţi de familie sau de vreun grup tradiţional, suntem dimpotrivă puşi în legăturp cu societatea globală şi cu instanţele ei (ordinea economică şi financiară, fluctuaţiile modei etc). Va trebui să le cumpărăm încă o dată în fiecare lună, să le reînnoim în fiecare an. Plecând de aici, totul se schimbă: sensul pe

care ele îl au pentru noi, proiectul pe care-l încarnează, viitorul lor obiectiv – şi al nostru. Să ne reamintim că, dacă vreme de veacuri, oamenii supravieţuiau obiectelor prin generaţii succesive şi într-un decor stabil, actualmente avem de-a face cu generaţii întregi de obiecte ce se succed într-un ritm accelerat într-o singură existenţă individuală. Dacă cândva omul îşi impunea propriul lui ritm obiectelor, în prezent obiectele sunt cele ce-şi impun omului ritmurile lor discontinue, modalitatea lor bruscă de a apărea, de a se defecta sau de a se substitui unul altuia, fără a îmbătrâni. Şi astfel, statutul unei întregi civilizaţii se schimbă, prin felul în care obiectele cotidiene se manifestă ca prezenţă şi ne lasă să ne bucurăm de ele. În economia domestică patriarhală bazată pe moştenire şi pe stabilitatea rentei, consumul nu precedă niciodată producţia. După o bună logică cartezianã şi morală, munca precedă întotdeauna rezultatul muncii, aşa cum cauza precedă efectul. Acest mod de acumulare ascetică: previziune, sacrificii, resorbire a nevoilor într-o tensiune a persoanei – o întreagă civilizaţie a economisirii –, a avut perioada lui eroică, încheindu-se prin imaginea anacronică a rentierului, şi apoi a rentierului ruinat care, în secolul nostru, face experienţa istorică a zădărniciei morale şi calculului economic tradiţional. Trăind pe măsura mijloacelor lor, generaţii întregi au sfârşit prin a trăi mai rău decât ar fi trebuit să le-o îngăduie mijloacele. Munca, meritul, acumularea, toate virtuţile unei ere ce culminează în conceptul de proprietate pot fi percepute încă în obiecte ce aduc mărturie în acest sens, şi ale căror generaţii pierdute bântuie interioarele mic-burgheze.

CONSTRÂNGEREA DE A CUMPĂRA

În zilele noastre a luat naştere o nouă morală: a precesiunii consumului asupra producţiei, a fugii înainte, a investirii silite, a consumului accelerat şi a inflaţiei cronice (de acum e absurd să punem bani deoparte). Din acestea, rezultă un întreg sistem, în care mai întâi cumpărăm, răscumpărând mai apoi totul prin muncă. Creditul ne readuce astfel la o situaţie feudală la modul propriu al

cuvântului: o fracţiune a muncii e datorată dinainte stăpânului, munca fiind aservită. Cu toate acestea, spre deosebire de sistemul feudal, sistemul nostru se menţine printr-o complicitate: consumatorul modern integrează şi asumă spontan această constrângere infinită: trebuie cumpărat pentru ca societatea să continue să producă, iar el să poată continua să muncească pentru a putea plăti ce a cumpărat. Lucru exprimat foarte bine de sloganurile americane (Packard, p. 26.):

„Dacă cumpăraţi puteţi munci mai departe!

Vă asiguraţi viitorul cumpărând!

O cumpărătură făcută azi înseamnă un şomer mai puţin mâine. Poate chiar dumneavoastră!

Cumpăraţi-vă prosperitatea azi şi o veţi avea mâine!” Iluzionism remarcabil: societatea ne face credit cu preţul unei libertăţi formale, dar de fapt noi îi facem credit, alienându-ne viitorul. Ordinea producţiei trăieşte desigur, în primul rând, din exploatarea forţei de muncă, însă în zilele noastre se întăreşte prin consensul circular şi înţelegerea tacită ce ne fac să ne luăm propria aservire drept libertate, autonomizând-o prin urmare ca pe un sistem durabil. În fiecare dintre noi, consumatorul e un complice al ordinii de producţie, neavând niciun raport simultan cu producătorul – care e victima acestei ordini. Disocierea producător-consumator e însuşi resortul integrării: lucrurile sunt făcute în aşa fel încât ea să nu ia niciodată forma vie şi critică a unei contradicţii.

MIRACOLUL CUMPĂRĂRII

Virtutea creditului (ca şi a publicităţii) e, într-adevăr, dedublarea cumpărării şi a determinărilor ei obiective. Cumpărarea pe credit echivalează cu însuşirea totală a unui obiect pentru o fracţiune din valoarea lui reală. O investiţie minimă pentru un profit grandios. Ratele se estompează în viitor, iar obiectul e obţinut printr-un gest simbolic. Acest demers seamănă cu unul de mitoman: ca preţ al unei poveşti închipuite, mitomanul obţine din partea interlocutoului o consideraţie disproporţionată. Investiţia lui reală e minimă, daiprofitul e extraordinar: va

pune stăpânire pe realitate oferindu-ne un semn pe încredere. Şi el trăieşte pe credit asupra conştiinţei celorlalţi. Or, inversarea practicii fireşti de transformare a realităţii, care pleacă de la muncă spre produsul muncii, întemeind temporalitatea tradiţională a logicii cunoaşterii, ca şi pe cea a practicii cotidiene, precum şi anticiparea beneficiului adus de lucruri rezumă însuşi procesul magiei. Iar ceea ce cumpărătorul consumă şi asumă prin credit odată cu obiectul anticipat e mitul funcţionalităţii magice a unei societăţi în măsură să-i ofere astfel de posibilităţi de realizare imediată. Desigur, va fi confruntat foarte repede cu realitatea socio-economică, asemenea mitomanului în ziua în care interlocutorul lui se trezeşte în faţa rolului anticipat. Demascat, mitomanul va da faliment, dacă nu cumva va ieşi din încurcătură povestind o altă istorie. Cumpărătorul pe credit se va lovi şi el de scadenţă, şi putem presupune că va căuta o consolare psihologică prin cumpărarea pe credit a unui alt obiect. Regula acestui fel de comportare e fuga înainte, iar în cele două cazuri lucrul cel mai remarcabil e faptul că nu apar niciodată consecinţe: nici în cazul mitomanului între istorioara povestită şi eşecul pe care îl încearcă (din care nu trage nicio concluzie realistă) şi nici în cazul cumpărătorului pe credit între bucuria magică a cumpărării şi ratele pe care le are de plătit. Sistemul creditului e culmea iresponsabilităţii omului faţă de el însuşi. Cel ce cumpără îl alienează pe cel ce plăteşte, deşi e vorba de aceeaşi persoană. Sistemul face însă să nu avem conştiinţa acestui fapt, prin decalajul în timp pe care îl introduce.

AMBIGUITATEA OBIECTULUI CASNIC

Rezumând, putem spune că creditul, favorizând aparent o civilizaţie a utilizatorului modern eliberat în sfârşit de constrângerile proprietăţii, instaurează dimpotrivă un sistem de integrale în care se amestecă socio-mitologia şi presiunea economică brutală. Creditul nu e numai o morală ci şi o politică. Tactica creditării se conjugă cu tactica personalizării, pentru a le conferi obiectelor o funcţie socio-politică, pe care nu au avut-o

niciodată. Nu mai trăim în epoca sclaviei sau a cometei: aceste dimensiuni s-au abstractizat şi s-au amplificat în dimensiunea creditului. Dimensiune a societăţii, a timpului, a lucrurilor. Prin ea şi prin strategia pe care ea o impune, obiectele îşi joacă rolul de acceleratori, de multiplicatori ai obligaţiilor, ai satisfacţiilor, ai cheltuielilor, devenind un volan de antrenament, în vreme ce propria lor inerţie devine o forţă centrifugă ce-i impune vieţii cotidiene ritmul fugii ei înainte, suspansurile şi dezechilibrele.

În acelaşi timp, obiectele, spre care s-a întors întotdeauna universul casnic pentru a scăpa de social, aduc dimpotrivă lumea domestică în stare de dependenţă faţă de circuitele şi constrângerile sociale. Prin credit – domeniu al satisfacţiei şi al libertăţii formale, dar de asemenea sancţiune socială, aservire şi fatalitate în însăşi inima lucrurilor, lumea domestică e investită direct: ea dobândeşte un fel de dimensiune socială, dar în sensul rău. Adevărul fundamental al ordinii actuale – faptul că *destinaţia obiectelor nu e câtuşi de puţin de a fi posedate şi utilizate, ci doar de a fi produse şi cumpărate* – apare la limita absurdă a creditului, de exemplu în situaţia când terminarea ratelor imobilizează maşina din cauza lipsei de benzină, cu alte cuvinte în punctul limită în care proiectul uman, filtrat şi fragmentat de constrângerea economică, se devorează pe sine. Altfel spus, obiectele nu se structurează în funcţie de nevoi sau de o organizare mai raţională a lumii, ci exclusiv în funcţie de ordinea ideologică de producţie şi de integrare. De fapt, riguros vorbind, nu mai există obiecte private: prin folosirea lor multiplicată, ordinea socială a producţiei bântuie lumea intimă a consumatorului şi conştiinţa acestuia, cu propria lui complicitate. Cu o astfel de investire în adâncime, dispare şi posibilitatea de a contesta această ordine în mod eficace – şi de a o depăşi.

Fr. *prăeession*: mişcare de rotaţie în jurul unui ax fix (ex.: giroscopul). Precesiunea echinoxurilor (astron.) desemnează mişcarea retrogradă a punctelor echinoxiale.

În textul lui Baudrillard, cuvântul, derivat din verbul *preceder*, sugerează răsturnarea raportului de succesiune tradiţional dintre producţie şi consum: consumul *o ia înaintea* producţiei, asemenea unui simulacru ce-şi precedă propria-i substanţă.

HI. PUBLICITATEA

DISCURSUL ASUPRA OBIECTELOR ŞI DISCURSUL-OBIECT

O analiză a sistemului *obiectelor* implică, în sfârşit, şi o analiză a discursului *asupra* obiectului, a „mesajului" publicitar (imagine şi discurs). Căci publicitatea nu e un fenomen suplimentai faţă de sistemul obiectelor; nu poate fi scoasă din acesta, şi nici restrânsă la „dreapta" ei măsură (publicitate de strictă informare). Dacă ea a devenit o dimensiune ireversibilă a sistemului, lucrul e datorat şi disproporţiei sale. Prin aceasta, ea e încununarea „funcţională" a sistemului. Publicitatea e, în bloc, ceva intuil, inesenţial. O pură conotaţie. Nu serveşte nici producţiei, şi nici utilizării directe, dar cu toate acestea intră integral în sistemul obiectelor – nu doar pentru că vorbeşte de consum, ci pentru că devine şi ea obiect de consumat. Trebuie să remarcăm cu grijă dubla ei determinare: e şi un discurs asupra obiectului şi obiect propriu-zis. Şi poate fi consumată ca obiect cultural tocmai prin calitatea ei de discurs inutil şi inesenţial. Avem de-a face aşadar cu întregul sistem analizat mai înainte: personalizare, diferenţiere silită şi proliferare a inesenţialului; degradate a ordinii tehnice într-una de producţie şi de consum; disfuncţii şi funcţii secunde – toate găsindu-şi în publicitate autonomia şi împlinirea. Deoarece funcţia ei e aproape în întregime secundă, şi pentru că în ea imaginea şi discursul sunt amplu alegorice, publicitatea va fi în acelaşi timp obiectul ideal şi revelatorul sistemului de obiecte. Reflectându-se pe sine, asemenea tuturor sistemelor puternic conotate1, ea ne va spune cel mai bine ce consumăm *prin* obiecte.

IMPERATIVUL ŞI INDICATIVUL PUBLICITAR

Publicitatea îşi propune ca scop să informeze destre

caracteristicile diferitelor produse şi să promoveze vânzarea acestora. În principiu, această funcţie „obiectivă” rămâne funcţia ei primordială.2

De la informare, publicitatea a trecut la convingere, iar apoi la convingerea clandestină” (Packard), vizând de data aceasta consumul dirijat. Toată lumea s-a speriat de ameninţarea condiţionalii totalitare a omului şi a nevoilor sale. Or, anchetele au arătat ca forţa impregnării publicitare e mai mică decât am fi crezut: reacţia prin saturare apare destul de repede (diferitele publicităţi se neutralizează reciproc, sau fiecare prin excesele proprii). Apoi, încercarea imperioasă de a convinge produce tot felul de contramotivaţii şi de rezistenţe (raţionale sau iraţionale: reacţie la pasivitate: nu vrem să fim „traşi pe sfoară”; reacţie la emfaza repetitivă a discursului etc) – pe scurt, discursul publicitar decepţionează şi convinge în egală măsură, iar consumatorul pare a fi, dacă nu imunizat, cel puţin un utilizator destul de liber al mesajului publicitar.

Acestea fiind stabilite, funcţia lui explicita nu trebuie să ne inducă în eroare: dacă consumatorul nu se lasă convins de publicitatea făcută cutărei mărci precise (Omo, Simca, Frigidaire), e vorba de altceva, şi mai important pentru ordinea societăţii globale, pentru care Omo sau Frigidaire servesc doar drept alibi.

Tot aşa cum funcţia obiectului poate să nu fie, în ultima instanţă, decât un alibi al semnificaţiilor latente, pe care el le impune în publicitate – cu atât mai mult cu cât ea e un sistem de conotare mai pur – produsul desemnat (denotaţia, descrierea lui) tinde să nu mai fie decât un alibi sub evidenţa căruia se desfăşoară o întreagă operaţiune confuză de integrare.

Dacă rezistăm tot mai bine *imperativului* publicitar, devenim cu atât mai sensibili în faţa *indicativului* publicităţii, cu alte cuvinte la însăşi *existenţa* ei ca produs de consum secund şi *evidenţă* culturală. Tocmai de aceea, „credem” în ea. Prin ea, consumăm luxul unei societăţi ce se oferă vederii ca instanţă ce dă bucurii cu dărnicie, şi

care se „depăşeşte” prin cultură. Suntem investiţi, în acelaşi timp, de o instanţă şi de imaginea acesteia.

LOGICA LUI MOŞ CRĂCIUN

Cei care resping puterea de condiţionare a publicităţii (şi a mass media în general) nu sesizează logica aparte a eficienţei lor. Nu e vorba de o logică a enunţului şi a dovezii, ci de una a povestirii şi a aderării la ea. Nu credem în poveşti, dai” ţinem la ele. „Demonstrarea” produsului nu convinge pe nimeni; nu face decât să raţionalizeze cumpătarea, care oricum precede sau depăşeşte motivele raţionale. Cu toate acestea, fără să „credem” în produs, *credem în publicitatea care vrea să ne facă să credem în el*. E povestea lui Moş Crăciun: copiii nu-şi mai pun deloc întrebări asupra existenţei lui, şi nu trec de la această existenţă la cadourile primite, cum trecem de la cauză la efect; credinţa în Moş Crăciun e o improvizaţie raţionalizantă ce ne îngăduie să păstrăm în cea de-a doua copilărie relaţia miraculoasă a cadourilor primite de la părinţi (şi îndeosebi de la mamă), pe care am cunoscut-o în prima copilărie. Această relaţie miraculoasă, pierdută ca fapt, se interiorizează într-o credinţă care e prelungirea ei ideală. Un romanesc neartificial: el se bazează pe interesul *reciproc* pe care-l au cele două părţi în păstrarea relaţiei. În toate acestea, Moş Crăciun nu are nicio importanţă, iar copilul crede în el doar de aceea. Prin această imagine, ficţiune, alibi, el consumă jocul solicitudinii parentale miraculoase şi grija părinţilor de a fi complicii poveştii – lucru în care va crede şi când va înceta să creadă în el. Cadourile nu fac decât să confirme acest compromis.3

Operaţiunea publicitară e de acelaşi ordin. Nici discursul retoric şi nici discursul de informare asupra virtuţilor produsului nu au efect decisiv asupra cumpărătorului. Individul e sensibil la tematica latentă a protecţiei şi gratificării, la grija altora de a-l solicita şi de a-l convinge, la semnul (pe care conştiinţa nu-l poate descifra) că undeva există o instanţă (în cazul de taţă socială, dar trimiţând direct la imaginea mamei) ce acceptă să-l informeze asupra propriilor lui dorinţe, să i le

preîntâmpine şi să le raţionalizeze în propriii-i ochi. Nu „crede” în publicitate mai mult decât copilul în Moş Crăciun, lucru care nu-l împiedică să adere la o situaţie infantilă interiorizată, comportându-se în consecinţă. De unde eficacitatea reală a publicităţii, conform unei logici care, deşi nu e una a condiţionării reflexe, nu e mai puţin riguroasă: logica credinţei şi a regresiei.4

INSTANŢA MATERNĂ: FOTOLIUL AIRBORNE

Această mitologie se exprimă uneori limpede în discursul publicitar, 5 ca în reclama difuzată de Airborne (scaune, fotolii, canapele). Sub genericul: „Adevăratul confort nu se improvizează” (atenţie, treaba nu e uşoară: confortul e pasiv, trebuie deci activat, adică trebuie „create” condiţiile pasivităţii), accentul e pus de la început pe caracterul modern şi ştiinţific al întreprinderii: „Un bun fotoliu e sinteza a patru factori: estetică, confort, robusteţe, finisare... Pentru a crea o aşa capedoperă, calităţile ancestrale ale meşterului nu mai sunt de ajuns. Ele rămân desigur indispensabile, fiind ancorate în adâncul sufletului lucrătorilor din domeniul mobilelor” (siguranţă – trecut, securitate morală: tradiţiile sunt păstrate şi depăşite prin revoluţia industrială), „însă în vremea noastră un bun fotoliu trebuie fabricat după normele şi metodele ce guvernează lumea economică modernă”. (Acest fotoliu nu poate fi un simplu fotoliu; cel care-l cumpără trebuie să se simtă solidar cu societatea tehnică – ale cărei norme îi sunt, evident, străine: fotoliul va face din el un cetăţean alsocietăţii industriale.) „Societatea noastră (Airbome), care satisface nevoia de confort a mii de cămine franceze, a devenit cu adevărat o industrie, cu birouri de studiu, ingineri, artişti creatori, maşini numeroase şi stocuri de materii prime, cu servicii după vânzare şi reţele comerciale etc”. (Consumatorul trebuie să fie pe deplin conştient de faptul că revoluţia industrială a avut loc şi mulţumită lui, şi că în zilele noastre toate structurile colective converg, la rândul lor, asupra personalităţii lui. În ochii lui, apare un univers orientat spre o finalitate sublimă: propria-i satisfacţie.)

Perspectivă confirmată mai departe: „Un bun fotoliu e acela în care toţi membrii familiei sunt la largul lor. Nu aveţi nevoie să-l adaptaţi greutăţii sau taliei dumneavoastră. El trebuie să ia propriul dumneavoastră contur”. (Nu e cazul ca ceva să se schimbe în societate sau în dumneavoastră, deoarece revoluţia industrială a avut deja loc: de acum, întreaga societate tehnică vi se adaptează, prin acest fotoliu care vă ia forma trapului.) Pe vremuri, regula morală era ca individul să se adapteze ansamblului social, dar aceasta e ideologia învechită a erei productive: în era consumului, sau care se vrea ca atare, societatea întreagă i se adaptează individului. Nu numai că-i anticipează nevoile, ci e grijulie să se adapteze nu unei nevoi sau alteia, ci lui însuşi, ca persoană: „Veţi recunoaşte fotoliul Airborne după următoarele: când vă veţi aşeza în el, veţi simţi că sunteţi în fotoliul, pe scaunul sau pe canapeaua *dumneavoastră*, şi veţi avea impresia confortabilă că vă aflaţi într-un fotoliu confecţionat după măsura dumneavoastră”. Să rezumăm această metasociologie a conformităţii: prin intermediul devotamentului, supunerii şi afinităţilor ascunse ale fotoliului cu propria dumneavoastră fiinţă, sunteţi îndemnat să credeţi şi în devotamentul industriaşului şi al serviciilor sale tehnice etc. în fotoliul în cauză, în care puteţi să vă aşezaţi cu plăcere – într-adevăr, e foarte funcţional –, apare esenţa unei societăţi definitiv civilizate, centrată pe ideea fericirii, a fericirii *dumneavoastră*, şi care oferă spontan fiecăruia dintre membrii el mijloacele de a ajunge la ea.

Discurs ideologic, care se prelungeşte în consideraţii asupra materiei şi formei. „Materiale noi pentru a afirma stilul epocii noastre”, continuă banda publicitară: „După epoca pietrei şi a lemnului, trăim, în materie de mobilier, în epoca oţelului”. „Oţelul e structura însăşi”. Cu toate acestea, dacă oţelul e exaltant, e în acelaşi timp o materie dură, învecinată cu efortul şi cu nevoia individului de a se adapta – drept care iată-l transformându-se după placul nostru, tot aşa cum „structura” se umanizează: „Solid şi

nedeformabil, însă de asemenea suplu, când se transformă în suprafeţe de arcuri. Moale şi confortabil, dacă e îmbrăcat în burete de latex. Estetic, căci se potriveşteperfect (încă odată!) cu căldura ţesăturilor de acum". Structura e întotdeauna violentă, iar violenţa produce spaimă. Chiar şi la nivelul obiectului, ea riscă să compromită relaţia individului cu societatea. Pentru a. împăca realitatea, trebuie salvat calmul aparenţelor. Trecând de la oţel la ţesătură ca printr-o transmutaţie naturală, pentru a fi pe placul nostru, fotoliul va fi oglinda foiţei şi a liniştii. Iar la >sfârşit, desigur, „esteticul" încoronează „structura", celebrând căsătoria pe veci a obiectului cu „personalitatea". Retorica substanţelor determină o condiţionale a relaţiei sociale şi aici. Cum să nu recunoaştem în structura intrată în forme, în tenacitatea ei reconciliată şi în schema „nupţială" a sintezei pretutindeni difuză – în care satisfacţia se clădeşte pe amintiri voluntariste –, sau în fantasma falică a violenţei (oţelul) – calmată însă şi legănată de propria-i imagine –, cum să nu recunoaştem în toate acestea o schemă de complicitate globală cu lumea şi de resorbţie totală a tensiunilor într-o societate maternă şi armonioasă?

Prin publicitate, nu suntem „alienaţi" sau „mistificaţi" de teme, cuvinte şi imagini, ci supuşi de solicitudinea cu care cineva ne vorbeşte, ne arată ceva sau se ocupă de noi. Riesman (op. cit., p. 254 – 265) şi alţi teoreticieni critici ai societăţii americane arată foarte bine cum produsul e judecat tot mai mult, dar nu după valoarea lui intrinsecă, ci după grija pe care firma o are, prin el, faţă de propria noastră existenţă, şi după solicitudinea ei faţă de public6. Şi astfel individul e condiţionat, pe îndelete, prin consumul fără oprire al corpului social în întregimesatisfacţie (şi frustrare) înălţătoare (dar şi culpabilizantă).

Ceea ce adaugă publicitatea obiectelor, fără de care „ele nu ar fi ce sunt" – e „căldura". Calitate modernă, pe care am recunoscut-o deja ca fiind resortul motrice al „ambianţei": la fel cum culorile sunt calde sau reci (nu

roşii sau verzi), la fel cum dimensiunea determinantă a personalităţii (într-o societate extravertită, Riesman, p. 217) e căldura sau răceala, obiectele sunt calde sau reci, cu alte cuvinte, indiferente, ostile sau spontane, sincere, comunicative: „personalizate". Nu se mai propun cutărei folosiri stricte – practică grosolană, arhaică – ci se oferă, se desfăşoară, ne caută, ne înconjoară şi ne dovedesc că există prin profunzimea aparenţelor lor, prin propria lor efuziune. Suntem vizaţi şi *iubiţi* de obiecte. Şi deoarece suntem iubiţi, simţim că existăm: suntem „personalizaţi". Tocmai acesta e esenţialul: cumpărarea, în sine, e secundară. Dacă abundenţa de produse pune capăt *rarităţii*, profuziunea publicitară pune capăt *fragilităţii*. Căci nimic nu e mai rău decât să fim în nevoia de a inventa noi înşine motive de a acţiona, de a iubi, de a cumpăra. Fiecare dintre noi s-ar trezi în faţa propriei sale neputinţe de a cunoaşte – inexistent, de rea credinţă şi pradă spaimelor. Orice obiect care nu rezolvă aceasta culpabilitate: nu ştiu ce vreau şi nici ce sunt, 7 va avea o reputaţie proastă. Dacă obiectul mă iubeşte (şi mă iubeşte prin publicitate) sunt salvat. Iată cum poate publicitatea (ca şi ansamblul relaţiilor publice, de altfel) să aplaneze fragilitatea noastră psihologică: printr-o imensă solicitudine, căreia îi răspundem interiorizând instanţa ce ne solicită – enormă firmă producătoare nu numai de bunuri ci şi de căldură comunicativă, altfel spus, societatea globală de consum.

Să nu uităm că într-o societate în care totul e supus, în mod riguros, legilor vânzării şi profitului, publicitatea e produsul cel mai democratic, singurul care e „oferit", sHncă tuturor. Obiectul ne e vândut, dar publicitatea ne e „oferită".8 Jocul publicitar reia cu îndemânare ritualul arhaic al ofrandei şi al darului, şi de asemenea situaţia infantilă a cadoului făcut de părinţi, primit în pasivitate. Toate vizează transformarea purei relaţii comerciale în relaţie personală.9

FESTIVALUL PUTERII DE CUMPĂRARE

Funcţia gratificatoare şi infantilizantă a publicităţii,

pe care se întemeiază credinţa noastră în ea, precum şi complicitatea noastră – prin ea – cu corpul social sunt ilustrate, şi prin funcţia ei ludică. Suntem sensibili la siguranţa pe care ea ne-o dă în faţa unei imagini ce nu e niciodată negată, dar şi la manifestarea fantastică a unei societăţi capabilă de a depăşi stricta necesitate a produselor în superfluitatea imaginilor: la virtuţile ei de spectacol (acesta fiind, şi el, cel mai democratic dintre toate), de joc, de regizare. Publicitatea joacă rolul afişului permanent al puterii de cumpărare, reală sau virtuală, a societăţii globale. Fie că avem sau nu putere de cumpărare, o „respirăm". Pe deasupra, produsul se oferă vederii şi manipulării: se erotizează – nu numai prin folosirea explicită a unor teme sexuale10, ci prin faptul că însuşirea pur şi simplu prin cumpărare devine un joc, un scenariu, un dans complex ce adaugă demersului practic toate elementele jocului de dragoste: avansuri, concurenţă, obscenitate, flirt şi prostituare (chiar şi ironie). Mecanismului cumpărării (deja investit cu o încărcătură libidinală) i se substituie erotizarea alegerii şi a cheltuielii.11 Ambianţa modernă devine astfel, îndeosebi în oraşele brăzdate de lumini şi imagini, răscolite de şantaje din motive de prestigiu sau narcisiste, de afecţiuni şi de relaţii forţate, decorul unei sărbători la rece, formală dar electrizantă, al unei satisfacţii senzuale în gol, ce ilustrează, iluminează, joacă şi dejoacă procesul cumpărării şi consumului, aşa cum dansul anticipă actul sexual. Ca şi piin sărbătorile de altă dată, prin publicitate societatea îşi oferă spre consum propria-i imagine.

În acest fapt există o funcţie regulatoare esenţială. Asemenea viselor, publicitatea fixează un potenţial imaginar, schimbându-i totodată direcţia. Asemenea viselor, e o practică subiectivă şi individuală.12 Asemenea viselor, în sfârşit, e străină negativităţii şi relativităţii; nu are nici semne, fiind superlativă în esenţă şi de o totală imanenţă. Dacă visele noastre nocturne nu au legendă, cele pe care le trăim în stare de trezie, pe pereţii oraşelor, în ziare sau pe ecrane sunt inundate de legende, subtitrate

în toate părţile; şi unele şi altele însă pun împreună afabulaţia cea mai vie şi determinările cele mai sărace. Dacă visele nocturne au ca funcţie prelungirea somnului, prestigiul publicităţii şi al consumului are ca funcţie uşurarea absorbţiei spontane a valorilor sociale ambiante şi regresia individuală în consensul social.

Sărbătoare, imanenţă, pozitivitate, toate arată că *publicitatea e consumata ea însăşi, nu că orientează consumul*. Ce ar fi un obiect, în zilele noastre, dacă nu s-ar recomanda în aceste două dimensiuni: a discursului şi a imaginii (publicitatea), apoi a gamei modelelor (alegerea)? Psihologic, ar fi inexistent. Tot aşa, ce ar fi cetăţenii moderni dacă obiectele şi produsele nu le-ar fi oferite în dimensiunea dublă a alegerii şi a publicităţii? Nu ar fi *liberi*. E uşor de înţeles reacţia celor 2000 de germani din vest intervievaţi de Institutul Demoscopic din Allensbach: 60 % au fost de părere că e prea multă publicitate, dar când au fost puşi să răspundă la întrebarea: „Preferaţi un exces de publicitate (la modul occidental) sau un minimum de publicitate de utilitate socială (ca în ţările Estului)?”, majoritatea au optat pentru prima soluţie, interpretând excesul de publicitate ca pe un semn direct nu doar de abundenţă ci şi de libertate, aşadar că pe o valoare fundamentală14. Aici avem măsura complicităţii afective şi ideologice pe care o creează meditaţia spectaculară între individ şi societate (oricare ar fi structurile ei). Dacă publicitatea ar fi blocată, fiecare dintre noi s-ar simţi frustrat, ca-n faţa unor ziduri goale. Frustrat nu numai de posibilitatea (fie ea şi ironică) jocului şi a visului; în mod mai profund, am simţi că nimeni nu „se „ocupă de noi. Am regreta acel mediu în care, în lipsa participării sociale active, am putea participa măcar în efigie la corpul social, la o ambianţă mai călduroasă, mai maternă, mai colorată. Una dintre primele revendicări ale omului pe cale de a avea acces la bunăstare e ca cineva să se ocupe de dorinţele lui, să le formuleze şi să le pună în imagini în faţa propriilor săi ochi (în ţările socialiste, acest lucru devine o problemă, dacă nu cumva e deja). Publicitatea are tocmai

această funcţie superficială, regresivă, inesenţială, dar cu atât mai adânc necesară.

GRATIFICARE ŞI REPRIMARE: INSTANŢA DUBLĂ

Adevăratul imperativ al publicităţii e blânda litanie a obiectului. „Priviţi cum întreaga societate vi se adaptează neîncetat, dumneavoastră şi dorinţelor dumneavoastră. E. rezonabil, prin urmare, să i vă integraţi". Convingerea, arată Packard, devine clandestină, însă nu vizează atât constrângerea de a cumpăra şi condiţionarea prin obiecte cât aderarea la consensul social pe care-l sugerează discursul: obiectul e un serviciu, o legătură personală între societate şi noi. Fie că publicitatea se organizează în funcţie de imaginea maternă sau după principiul ludic, ea vizează *un acelaşi proces regresiv*, *dincoace de procesele sociale reale*: munca, producţia, piaţa, valoarea, ce ar putea perturba miraculoasa integrare: nu aţi cumpărat obiectul din faţa dumneavoastră, dar aţi dorit să-l aveţi, şi toţi inginerii, tehnicienii etc. vi l-au făcut cadou. În societatea industrială, diviziunea muncii desparte deja munca de produsul ei. Publicitatea încoronează acest proces disociind radical, în clipa cumpărării, *produsul* de *bunul* de consum. Intercalând între muncă şi produsul ei o vastă imagine maternă, ea face ca *produsul* să nu mai fie considerat ca atare (cu istoria lui etc), ci pur şi simplu ca un bun, ca *obiect*. – în acelaşi timp în care disociază producătorul şi consumatorul dintr-un singur individ prin abstracţia materială a unui sistem de obiecte foarte diferenţiat, publicitatea se străduieşte şi să recreeze o confuzie infantilă între obiecte şi dorinţa de a avea obiecte, reducându-l pe consumator la stadiul în care copilul o confundă pe mama lui cu ceea ce ea îi dă.

De fapt, publicitatea nu omite atât de cu grijă procesele obiective şi istoria socială a obiectelor decât pentru a impune mai uşor ordinea reală a producţiei şi exploatării, printr-o instanţă socială imaginară. Tocmai aici se fac simţite, în spatele psihagogiei publicitare, demagogia şi discursul *politic*, tactica lui bazându-se şi de data aceasta pe o dedublare: realitatea socială devine

instanţă reală şi imagine, prima estompându-se în spatele celeilalte, ajungând să fie ilizibilă şi nelăsând loc decât unei scheme de absorbţie în ambianţa maternă. Când publicitatea ne propune în substanţă: „Societatea vi se adaptează total, integraţi-vă în ea”, e limpede că reciprocitatea e trucată: nouă ni se adaptează o instanţă imaginară, în vreme ce noi ne adaptăm, în schimb, unei ordini foarte reale. Prin fotoliul ce „ia forma trupului nostru”, noi luăm forma întregii ordini tehnice şi politice a societăţii pe care o asumăm. Societatea îşi spune maternă pentru a păstra mai bine ordinea constrângerilor.15 Prin aceasta vedem imensul rol *politic* pe care îl joacă difuzarea produselor şi tehnicile publicitare: ele iau locul ideologiilor anterioare, morale şi politice. Ba mai mult: pe când integrarea morală şi politică nu a fost niciodată străină răului (reprimarea deschisă era indispensabilă), noile tehnici se pot lipsi de reprimare: consumatorul interiorizează, chiar în procesul consumului, instanţa socială şi normele ei.

Eficienţă ce se întăreşte prin însuşi statutul publicitar şi prin procesul „lecturii” lui.

Semnele publicitare ne vorbesc de obiecte, fără însă a le explica în vederea unei practici – sau făcânde foarte puţin: în fapt, ele trimit la obiectele reale ca la o lume absentă. Literalmente, sunt o „legendă”, cu alte cuvinte se află în faţa noastră în primul rând pentru a fi citite. Şi dacă nu trimit la lumea reală, nici nu i se substituie: sunt semne ce impun o activitate specifică: lectura.

Dacă ar vehicula o informaţie, am avea de a face cu o lectură plină şi cu o tranziţie spre câmpul practic. Dar au un alt rol: vizează absenţa lucrului desemnat. În acest sens, lectura – non tranzitivă – se organizează într-un sistem specific *de satisfacţie*, în care însă joacă neîncetat determinaţia absenţei realităţii: *frustrarea*.

Imaginea creează un gol şi vizează o absenţă – fapt care o face „evocatoare”. E însă un subterfugiu. Provocând investirea, o scurtcircuitează la nivelul lecturii. Face să conveargă veleităţile ezitante asupra unui obiect pe care-l

maschează chiar când îl revelează. Dezamăgeşte: *funcţia ei e de a pune lucrurile în faţa ochilor şi de a decepţiona*. Privirea e o prezumţie de contact, iar imaginea şi lectura ei sunt prezumţie de posedare. Astfel, publicitatea nu oferă nici satisfacţie halucinatorie şi nici mediere practică îndreptată spre lume: atitudinea pe care o produce e veleitatea decepţionată – demers neîncheiat, izbucnire continuă, înfrângere continuă, obiecte şi dorinţe ce abia răsar. O întreagă psihodramă rapidă se joacă la lectura imaginii. În principiu ea-i îngăduie cititorului să-i asume pasivitatea şi să se transforme în consumator. În fapt, profuziunea imaginilor contribuie la eludarea convertirii la realitate, la alimentarea subtilă a culpabilităţii printr-o frustrare continuă, la blocarea conştiinţei într-o satisfacţie a visului.

La drept vorbind, imaginea şi lectura ei nu sunt câtuşi de puţin calea cea mai scurtă spre obiect, ci spre o altă imagine. Astfel, semnele publicitare se succed asemenea imaginilor incipiente din stările hipnagogice.

Trebuie reţinută funcţia de omitere a lumii în imagine, de frustrare. Doar acest luam ne îngăduie să înţelegem în ce fel *principiul de realitate omis în imagine transpare cu toate acestea în ea, în mod eficace, ca reprimare continuă a dorinţei* (spectacularizare, blocare, decepţie şi, în sfârşit, transferare regresivă şi derizorie asupra unui obiect). Chiar în acest fapt vom putea sesiza complicitatea profundă dintre semnul publicitar şi ordinea globală a societăţii: publicitatea nu vehiculează mecanic valorile societăţii, ci, mai subtil, prin funcţia ei ambiguă de *prezumţie* – un lucru aflat între posedare şi deposedare, în acelaşi timp desemnare şi vizarea absenţei –, prin care seninul publicitar „face să fie acceptată” ordinea socială, în determinarea ei dublă – de gratificare şi de reprimare.16

Gratificare, frustrare: cei doi versanţi de nedespărţit ai integrării. Cum orice imagine publicitară e legendă, ea micşorează polisemia teribilă a lumii. Pentru a deveni însă tot mai lizibilă, ea va fi săracă şi expeditivă – susceptibilă

de prea multe interpretări, îşi restrânge sensul prin discurs, care o va subtitra ca o a doua legendă. Iar sub semnul lecturii, va trimite la alte imagini. În cele din urmă, publicitatea liniştеşte conştiinţele printr-o semantică socială dirijată, în ultimă instanţă asupra unui singur semnificat: societatea globală. Aceasta îşi rezervă toate rolurile, stârnind o mulţime de imagini cărora încearcă, în acelaşi timp, să le reducă sensul. Stârneşte spaima şi o potoleşte. Satisface şi dezamăgeşte, mobilizează şi demobilizează. Sub semnul publicităţii, va instaura domnia dorinţei libere. Dorinţa nu e însă niciodată eliberată în ea în mod real – aceasta ar însenina sfârşitul ordinii sociale –, fiind eliberată suficient în imagine pentru a declanşa reflexe de spaimă şi culpabilitate legate de izbucnirea ei. Pornită prin imagine dar oprită şi culpabilizată tot prin ea, veleitatea dorinţei e recuperată de instanţa socială.

— Profuziune a libertăţii, imaginară însă, orgie mentală continuă însă orchestrată, regresiune dirijată în care toate perversităţile sunt rezolvate în folosul ordinii: dacă în societatea de consum gratificarea e imensă, le avem pe amândouă, laolaltă, în imaginea şi în discursul publicitar, ce lasă joc liber principiului represiv al realităţii chiar în inima principiului plăcerii.

PREZUMŢIA COLECTIVĂ

Lessive pax

Publicitatea ce trece sub tăcere procesele obiective de producţie şi de piaţă lasă deoparte şi societatea reală, cu contradicţiile ei. Ea introduce prezenţa/absenţa unei colectivităţi globale, *prezumţia colectivă*. Această colectivitate e însă imaginară, dar consumată virtual e suficientă pentru a asigura condiţionarea serială. Iată, de pildă, un afiş Pax. Pe el se vede o mulţime imensă şi indistinctă, ce agită steaguri albe imaculate (albul Pax) spre un idol central, un gigantic pachet de Pax în reproducere fotografică şi de dimensiuni identice, faţă de mulţime, cu sediul ONU de la New York. O întreagăi ideologie a candorii şi a păcii alimentează această imagine, însă vom reţine îndeosebi ipostaza colectivă şi utilizarea ei

publicitară. Consumatorul e încredinţat că doreşte personal afişul Pax în măsura în care i se trimite dinainte imaginea de sinteză. Mulţimea e tocmai el. Iar dorinţa lui e evocată de prezumţia dorinţei colective prin imagine. Publicitatea e în acest caz foarte abilă: orice dorinţă, cât ar fi de intimă, vizează universalul. A dori o femeie înseamnă a subînţelege că toţi bărbaţii sunt susceptibili de a o dori. Nicio dorinţă, nici măcar dorinţa sexuală nu subzistă fără medierea unui imaginar colectiv. Poate că, dacă nu ar exista acest imaginar, nici nu ar putea izbucni: cine-şi închipuie că un bărbat ar putea iubi o femeie despre care ar fi sigur că niciun altul nu ar dori-o? Şi invers: dacă mulţimi întregi adulează o femeie, o vom iubi fără să o cunoaştem. Tocmai aici stă resortul mereu prezent (şi cel mai adesea ascuns) al publicităţii. Dacă e firesc să ne trăim dorinţele în referinţă colectivă, publicitatea face din ele dimensiunea sistematică a dorinţei. Ea nu crede în spontaneitatea nevoilor individuale, ci preferă să le controleze prin punerea în funcţiune a colectivului şi prin cristalizarea conştiinţei asupra acestui colectiv pur. Un fel de sociodinamică totalitară îşi sărbătoreşte cele mai frumoase victorii: strategia solicitării se instituie pe prezumţia colectivă. Această promovare a dorinţei doar prin determinarea de grup captează o nevoie fundamentală, cea a comunicării, însă pentru a o orienta nu spre o colectivitate reală, ci spre o fantomă colectivă. Exemplul Pax e limpede: publicitatea se preface că solidarizează indivizii pe baza unui produs a cărui cumpărare şi folosire îi trimite, pe fiecare, la sfera lui individuală. Paradoxal, ajungem să cumpărăm în numele tuturor, prin solidaritate reflexă, un obiect pe care-l vom folosi, chiar de la început, pentru a ne diferenţia de ceilalţi. *Nostalgia colectivă serveşte la alimentarea concurenţei individuale*. De fapt, chiar şi această concurenţă e iluzorie, deoarece în cele din urmă fiecare din cei care au citit afişul va cumpăra *personal acelaşi* obiect ca şi ceilalţi. Bilanţul operaţiunii şi „beneficiul” ei (pentru ordinea socială) rămâne prin urmare identificarea

regresivă cu o totalitate colectivă vagă – şi prin aceasta interiorizarea sancţiunii grupului. Ca întotdeauna, complicitatea şi culpabilitatea sunt legate între ele: publicitatea e bazată şi pe culpabilitatea (virtuală) faţă de grup. Nu însă după schema tradiţională a cenzurii: spaima şi culpabilitatea sunt mai întâi stârnite, în scopuri de utilitate; iar finalitatea e supunerea la normele grupului, prin izbucnirea unei dorinţe dirijate. Dacă e uşor să contestăm imperativul explicit al afişului Pax (nu din cauza lui vom cumpăra Pax mai curând decât Omo sau Sunil – sau, dacă nu, nimic), e mai puţin uşor să respingem semnificatul secund, mulţimea în vibraţie, exaltată (subliniat de ideologia „păcii"). Vom rezista cu greu la această schemă de complicitate, *deoarece nici nu se pune problema de a rezista*. Conotaţia e şi aici foarte limpede, dar sancţionarea colectivă nu e neapărat figurată printr-o mulţime ci poate fi realizată prin orice altă reprezentare. De pildă erotică: cu siguranţă că nu cumpărăm cartofi prăjiţi pentru că sunt ilustraţi printr-un cap blond şi două fese atrăgătoare. E sigur însă că, prin această scurtă mobilizare a libidoului de către imagine, întreaga instanţă socială se va putea impune, ce schemele ei obişnuite de reprimare, sublimare şi transfer.

Concursul publicitar

Un anumit număr de ziare lansează în fiecare an concursuri garnisite cu o întrebare selectivă: câte răspunsuri bune vor fi la concursul nostru?

Această întrebare simplă reinstalează hazardul tocmai acolo unde întreaga pricepere a concurentului s-a străduit să-l elimine, săptămâni întregi. Emulaţia e redusă la opţiunea mistică a jocului de loterie. Lucru interesant însă: nu orice hazard e pus în joc: nu e vorba de Dumnezeu şi nici de fatalitate, ca mai demult, ci de un colectiv de ocazie, un grup accidental şi arbitrar (suma de oameni susceptibili de a se avânta sau de a reuşi în concurs), ce devine instanţă discriminantă; criteriul succesului va.fi divinaţia acestei instanţe şi identificarea reuşită a individului cu hazardul colectiv. Lucru ce face ca

întrebările prealabile să fie în general foarte uşoare: e nevoie ca un cât mai mare număr de participanţi să aibă acces la esenţial, la intuiţia magică a Marelui Colectiv (pe deasupra, întâmplarea pură reia mitul democraţiei absolute). Pe scurt, ca semnificat ultim al concursului, avem un fel de colectivitate fantomatică, pur conjuncturală, nestructurală, fără chip (nu se va „încarna" decât abstract, chiar în clipa în care se va dezagrega, în numărul de răspunsuri corecte), implicată doar în şi prin gratificarea unuia sau a mai multora, care i-au ghicit tocmai abstracţia.

Garap

Dacă consumăm produsul din produs, sensul i-l consumăm prin publicitate. Să ne închipuim, o clipă, oraşele moderne golite de toate semnele lor, iar zidurile pustii ca un vid al conştiinţei. Apare *Garap*. acest singur cuvânt: *Garap*, scris pe toate zidurile. Semnificam pur, fără semnificat, semnificându-se pe el însuşi –, e citit, discutat, interpretat în gol, semnificat fără voia lui: e consumat ca semn. Şi ce semnifică el oare, dacă nu societatea globală, în măsură să emită un astfel de semn? în însăşi insignifianţa lui, el a mobilizat un întreg colectiv imaginar. A devenit indicatorul unei societăţi. Într-un anume fel, oamenii au sfârşit prin „a crede" în *Garap*. Au văzut în el indiciul atotputerniciei publicităţii, şi au crezut că ar fi fost de ajuns ca *Garap* să se specifice într-un produs pentru ca acesta să se impună pe loc. Or, nimic nu e mai puţin sigur; şiretlicul publicitar a constat tocmai în faptul că nu a fost niciodată demascat. Dacă am fi avut un semnificat explicit, rezistenţele individuale ar fi reapărut. În vreme ce în faţa unui semn pur, consimţământul, chiar şi ironic, s-a constituit de la sine. Şi din acea clipă semnificatul real al publicităţii a apărut cu mare limpezime: precum *Garap*, publicitatea e societatea de masă care provoacă sensibilitatea, mobilizează conştiinţele şi se reconstituie ca un fapt colectiv în propriul ei proces – printr-un semn arbitrar, sistematic17.

Prin publicitate, societatea de masă şi de consum se

plebiscitează continuu pe ea însăşi.18

UN NOU UMANISM?

Condiţionarea serială

Acum ne dăm seama mai bine ce sistem de condiţionare apare în spatele temelor concurenţei şi „personalizării”. Aceeaşi ideologie de fapt: concurenţa, care cândva avea loc sub semnul „libertăţii”, regula de aur a producţiei, s-a transpus la infinit, în zilele noastre, în domeniul consumului. Prin miile de diferenţe marginale şi difracţia adesea formală a aceluiaşi produs prin condiţionare, această concurenţă s-a exacerbat la toate nivelele, deschizând evantaiul imens al unei libertăţi precare, al ultimei: aceea de a alege la întâmplare obiectele ce ne vor distinge de ceilalţi.19 De fapt, am putea crede că ideologia concurenţială e sortită, în acest domeniu, aceluiaşi proces, şi prin urmare aceluiaşi scop ca şi-n domeniul producţiei: dacă consumul poate să mai apară ca o profesiune liberală în care ar precumpăni expresia personală în vreme ce producţia ar fi definitiv planificată, e pur şi simplu din cauză că tehnicile de planificare psihologică sunt foarte întârziate faţă de cele ale planificării economice.

Mai vrem şi ceea ce alţii nu au. Cel puţin în societăţile europene occidentale (problema rămâne suspendată pentru Est), ne mai aflăm în stadiul concurenţial, eroic în ce priveşte alegerea şi folosirea produselor. Succesi-umea sistematică şi sincronizarea ciclică a modelelor nu e încă instituită, ca în S.U.A.20

Rezistenţe psihologice? Putere a tradiţiei? E mult mai simplu: majoritatea populaţiei e încă prea departe de un nivel suficient de bun pentru ca toate obiectele aliniindu-se pe aceeaşi exigenţă maximală, să nu mai existe decât un repertoar de modele, diversitatea fiind mai puţin importantă decât faptul de a poseda „ultimul” model – fetiş imprativ al valorificării sociale, în S.U.A., 90 % din populaţie nu încearcă niciodată o altă dorinţă decât de a avea ceea ce au alţii, alegerea mergând în masă, de la un an la altul, spre ultimul model care, în mod uniform, e cel

mai bun. Şi astfel s-a constituit o clasă de consumatori „normali”, ce coincide practic cu ansamblul populaţiei. Dacă în Europa nu am ajuns acolo, percepem totuşi foarte bine ambiguitatea publicităţii, după tendinţa ireversibilă spre modelul american: *ea ne provoacă la concurenţă* dar, prin această concurenţă imaginară, *invocă o monotonie profundă*, o uniformitate şi o involuţie în sensul cel mai fericit pentru masa consumatoare. În acelaşi timp, ne spune: „Cumpăraţi acest lucru pentru că nu seamănă cu nimic altceva!” („Carnea elitei, ţigara *happy few*” etc), dar şi: „Cumpăraţi-vă acest lucru pentru că toată lumea se serveşte de el!” 21 Iar aici nu avem nicio contradicţie. De ce n-am admite că fiecare se poate simţi original, chiar şi atunci când e foarte asemănător cu ceilalţi? Pentru aceasta e de ajuns să avem o schemă de proiectare colectivă şi mitologică – modelul.

Plecând de aici, putem presupune că scopul ultim al societăţii de consum e funcţionalizarea consumatorului însuşi (nu prin nu ştiu ce machiavelism de tehnocraţi, ci prin simplul joc structural al concurenţei) şi monopolizarea psihologică a tuturor nevoilor – o unanimitate prin consum ce ar trebui să corespundă armonios concentrării şi dirijismului absolut din domeniul producţiei.

Libertatea prin lipsă

Ideologia concurenţială cedează de altfel pretutindeni, în zilele noastre, în faţa „filosofiei” împlinirii personale. Într-o societate mai bine integrată, indivizii nu mai rivalizează între ei prin posedarea de bunuri: fiecare se realizează pe sine prin consum. Leitmotivul nu mai e concurenţa selectivă, ci personalizarea pentru toată lumea. În acelaşi timp, publicitatea a trecut de la practica comercială la teoria practicii de consum, teorie ce încoronează întregul edificiu social. O găsim expusă în lucrările publicitarilor americani (Dichter, Maitineau etc). Argumentul ei e simplu: 1. societatea de consum (obiecte, produse, publicitate) oferă individului, pentru întâia oară în istorie, posibilitatea eliberării şi împlinirii totale; 2. depăşind consumul pur şi simplu spre o expresie

individuală şi colectivă, sistemul de consuni constituie un limbaj autentic, o nouă cultură. Şi astfel, „noul umanism" al consumului se opune „nihilismului" consumator.

Primul punct: împlinirea personală. Dr. Dichter, directorul Institutului de Cercetări asupra Motivaţiilor, defineşte chiar de la început problematica omului nou: „Problema cu care ne confruntăm e de a-i permite americanului obişnuit să se simtă moral chiar şi când flirtează, cheltuieşte ori cumpără a doua sau a treia maşină. Una dintre problemele fundamentale ale prosperităţii actuale e de a le da oamenilor o confirmare şi justificarea de a se bucura de toate acestea, şi de a demonstra că a face din viaţa ta o plăcere nu e imoral, ci moral. A-i permite consumatorului să se bucure liber de viaţă, a demonstra dreptul lui de a se înconjura de produse ce-i îmbogăţesc existenţa şi-i fac plăcere, iată una dintre temele primordiale ale oricărei publicităţi şi ale oricărui proiect ce are scop promovarea vânzărilor" (*La Strategie du Desir*). Graţie motivaţiei dirijate, ne aflăm într-o eră în care publicitatea preia răspunderea morală a corpului social, substituind moralei puritane o morală hedonistă a satisfacţiei pure: o nouă stare naturală, chiar în sânul hipercivilizaţiei. Cu toate acestea, ultima frază e ambiguă: finalitatea publicităţii e eliberarea omului de propria-i rezistenţă în faţa fericirii sau promovarea vânzărilor? Vrem să reorganizăm societatea în funcţie de satisfacţie sau în funcţie de profit? „Nu, răspund Bleustein-Blanchet în prefaţa la cartea lui Packard, *La Persuasion clandestine*, studiile asupra motivaţiilor nu ameninţă libertatea indivizilor: ele nu atentează nicidecum la dreptul lor de a fi raţionali sau neraţionali". În aceste cuvinte există prea multă bună credinţă, sau prea multă şiretenie. Dichter e mai limpede: ne aflăm în stare de libertate *îngăduită*: „Permisiunea dată consumatorului..." : trebuie să-i lăsăm pe oameni să fie copii fără să se ruşineze... Liber de a fi tu însuti" înseamnă, de fapt: liber de a-ţi proiecta dorinţele în bunuri de producţie. Acestei „filosofii" a vânzării nu-i pasă de paradoxuri: ea pretinde că are un scop raţional (a-i

lămuri pe oameni ce vor) şi metode ştiinţifice, dar provoacă, totuşi, la oameni, un comportament iraţional (a accepta că nu sunt decât un complex de pulsiuni imediate şi a se mulţumi cu satisfacerea acestora). De altfel, chiar şi pulsiunile pot fi periculoase, şi de aceea neo-vrăjitorii consumului se feresc de a-l elibera pe om în funcţie de o finalitate explozivă a fericirii. Nu-i acordă decât rezolvarea tensiunilor, adică o libertate *prin lipsă*. „De fiecare dată când apare o diferenţă de tensiune care ne face să acţionăm din cauză că provoacă un sentiment de frustrare, putem spera că un produs oarecare o va face să înceteze, dacă răspunde aspiraţiilor unui grup. În această situaţie, există toate şansele ca el să se impună pe piaţă" (*Strategie du Desir*, p. 81). Scopul e de a permite pulsiunilor, cândva blocate de instanţe mentale (tabuuri, supraeu, culpabilitate), de a se cristaliza asupra unor obiecte, instanţe concrete în care se aboleşte puterea explozivă a dorinţei şi în care se materializează funcţia represivă rituală a ordinii sociale. Libertatea de a fi e primejdioasă, pentru că îl ridică pe individ împotriva societăţii. Libertatea de a poseda e însă inofensivă, deoarece intră în joc fără să-şi dea seama. Tocmai de aceea e perfect morală, cum spune Dichter: e chiar chipul subtilităţii morale – consumatorul apare ca împăcat cu el însuşi şi cu grupul. E fiinţa socială desăvârşită. Morala tradiţională nu-i cerea individului decât să se conformeze grupului; publicitatea „filosofică" îi impune acum să fie conform cu el însuşi şi să-şi rezolve conflictele. Din punct de vedere moral, îl investeşte aşa cum el nu a fost niciodată. Tabuurile, spaimele, nevrozele ce fac din individ o fiinţă anormală, în afara legii, vor fi înlăturate cu preţul unei regresii liniştitoare în obiecte, care va întări imaginile Tatălui şi Mamei din toate părţile. Iraţionalitatea tot mai „liberă" a pulsiunilor de la bază va fi însoţită de un control tot mai strict la vârf.

Un nou limbaj?

Al doilea punct: sistemul obiecte/publicitate constituie oare un limbaj? întreaga filosofie ideal-

consumatoare se bazează pe substituirea unei relaţii „personalizate” cu obiectele relaţiei umane, vie şi conflictuală. „Orice proces de cumpărare, spune Pierre Maitineau (*Motivation et publicite*, p. 107 – 108), e o interacţiune între personalitatea individului şi cea a produsului”. Ne prefacem a crede că produsele s-au diferenţiat şi multiplicat în aşa măsură încât au devenit fiinţe *complexe*, şi că astfel relaţia de cumpărare şi de consum e egală în valoare cu orice relaţie *umană*. – 4 Ne întrebăm însă: avem de-a face într-adevăr cu o sintaxă vie? Oare obiectele se mulează pe nevoile noastre şi le structurează într-un mod cu totul nou? Şi reciproc: nevoile pătrund oare în noi structuri sociale prin medierea – şi producerea – obiectelor? Dacă răspunsul e da, putem vorbi de un limbaj. Dacă e nu, toate acestea rezumă un idealism viclean de manager.

Structură şi decupaj: *marca*

Cumpărarea nu are nimic comun cu schimbul liber şi viu. E o operaţiune preconstrânsă, în care se înfruntă două sisteme ireductibile: sistemul în mişcare şi incoerent al individului – cu nevoile, conflictele şi negativitatea lui – şi sistemul codificat, clasificat, discontinuu, relativ coerent al produselor cu pozitivitatea lor. Nu există nicio interacţiune, ci doar o integrare forţată a sistemului nevoilor şi a sistemului produselor. Ansamblul constituie, desigur, un sistem de semnificaţii, şi nu doar de satisfacţii. Pentru a avea însă un „limbaj” e nevoie de o sintaxă: obiectele de consum în masă constituie însă doar un repertoar. Să ne explicăm.

În stadiul producţiei artizanale, obiectele reflectă nevoile prin contingenţa şi singularitatea lor. Cele două sisteme sunt adaptate unul la celălalt: ansamblul e însă prea puţin coerent, având-doar coerenţa relativă a nevoilor. Acestea sunt contingente, mobile: nu există progres tehnic obiectiv, începând cu era industrială, obiectele fabricate primesc o coerenţă ce le vine de la ordinea tehnică şi de la structurile economice. Sistemul nevoilor va deveni astfel mai puţin coerent decât cel al

obiectelor. Ultimul îşi impune coerenţa, dobândind puterea de a modela o întreagă civilizaţie (Simondon, op. cit., p. 24). Putem spune şi că „maşina a înlocuit seria nelimitată a variabilelor (obiectele „pe măsură", adaptate nevoilor) printr-un număr limitat de constante" (Mumford, *Tqphru et Civil*, p. 246). În această evoluţie avem desigur premisele unui limbaj: structurare internă, simplificare, trecere la limitat şi la discontinuu, constituirea unor tehneme şi convergenţa tot mai mare a acestora. Dacă obiectul artizanal se află la nivelul vorbirii, tehnologia industrială instituie o limbă. Limba nu e însă un limbaj: nu structura concretă a automobilului „vorbeşte" despre el, ci forma, culoarea, linia, accesoriile, *standingul* obiectului. Iar aici suntem la turnul Babilonului: fiecare îşi are propriul idiom. Cu toate acestea chiar şi aşa, producţia serială, prin diferenţele ei calculate şi variantele ei combinatorii, decupează semnificaţiile, instaurează un repertoriu şi creează un lexic de formă şi de culori în care se pot înscrie modalităţile recurente ale „vorbirii": e vorba însă de un limbaj? în această imensă paradigmă lipseşte adevărata sintaxă. Ea nu are nici sintaxa riguroasă a nivelului tehnologic, nici sintaxa suplă a nevoilor: pluteşte între cele două ca un repertoriu extensiv şi încearcă să se epuizeze pe planul cotidian într-o imensă încrucişare de tipuri şi de modele, printre care circulă nevoile devenite incoerente, fără ca vreo structurare reciprocă să existe. Produsele ce au o mai mare coerenţă sunt supuse unui adevărat reflux al nevoilor, care încearcă să pătrundă cu greutate şi arbitrar printre obiecte, fragmentându-se şi compromiţându-şi continuitatea. La drept vorbind, sistemul nevoilor individuale să peste cap lumea omecieiur pnu aosuiuia lui uumwgcina, însă aiwju contingenţă e oarecum repertoriată, clasificată şi decupată de obiecte: prin urmare, poate fi dirijată – iar finalitatea reală a sistemului, pe plan socio-economic, e tocmai aceasta.

Dacă ordinea tehnică industrială dobândeşte puterea de a modela civilizaţia în care trăim, acest lucru se petrece într-un mod dublu şi contradictoriu: prin coerenţă şi prin

incoerenţă. Prin coerenţa structurală (tehnologică) „la vârf şi prin incoerenţa astructurală (dirijată însă) a mecanismului de comercializare a produselor şi de satisfacere a nevoilor „la bază”. Vedem astfel că, dacă limbajul păstrează posibilitatea „esenţialului” şi a unei sintaxe a schimbului (structurarea comunicării), deoarece nu e nici consumat şi nici posedat în mod propriu, sistemul obiecte/publicitate, invadat de neesenţial şi de lumea destructurată a nevoilor, se limitează la satisfacţii de amănunt, fără a institui vreodată noi structuri de schimb colectiv

P. Martineau mai scrie: „Desigur, nu există relaţii simple între categoriile de cumpărători şi categoriile de maşini. Fiinţa umană e un ansamblu complex de motivaţii numeroase, ce se pot combina în feluri nenumărate. Cu toate acestea, admitem că diferitele mărci şi modele îi ajută pe oameni să-şi exprime propria personalitate”. După care ilustrează această „personalizare” prin câteva exemple. „Prin alegerea maşinii, conservatorul vrea să lase o impresie de demnitate, de seriozitate... Persoanele nici prea frivole şi nici prea austere, la curent cu toate, dar nu de avangardă, vor alege un alt tip precis de maşină... Gama personalităţilor îi cuprinde şi pe inovatori, şi pe ultramoderni etc”. Martineau are desigur dreptate: aşa se definesc oamenii faţă de obiecte. Acest lucru arată însă de asemenea că obiectele nu constituie un limbaj, ci o gamă de criterii distinctive, mai mult sau mai puţin indexate pe o gamă de personalităţi stereotipe. Totul se întâmplă ca şi cum sistemul diferenţial al consumului ne-ar ajuta să decupăm:

1. În consumator: sectoare categoriale de nevoi, care nu au decât o legătură îndepărtată cu persoana, ca totalitate vie;

2. În ansamblul social: sectoare categoriale sau „grupuri de statut” ce se recunosc într-un ansamblu de obiecte sau în altul. Gamele ierarhizate de obiecte şi de produse joacă strict rolul pe care-l jucau cândva gamele distinctive de valori: morala grupului se întemeiază tocmai

pe ele.

Pe cele două planuri, apare o solicitare, o inducere forţată şi o categorizare a lumii personale şi sociale, plecând de la obiecte şi tinzând spre un repertoriu ierarhizat lipsit de sintaxă, cu alte cuvinte *spre o ordine de clasificare*, *nu spre un limbaj*. Totul se petrece ca şi cum nu ar fi vorba de o dialectică, ci un decupaj social, şi prin acesta de impunerea unei ordini – iar prin această ordine de impunerea unui fel de viitor obiectiv (materializat în obiecte) pentru fiecare grup: pe scurt un cadrilater în cadrul căreia relaţiile ar tinde mai degrabă spre sărăcire. Filosofilor euforici şi abili ai „motivaţiei" le-ar place să se convingă pe ei înşişi, şi pe alţii, că dominaţia obiectului e oricum drumul cel mai scurt spre libertate. Dovada adusă e amestecul spectaculos de nevoi şi satisfacţii, mulţimea alegerilor posibile şi întregul târg al cererii şi ofertei a cărui efervescenţă poate foarte bine să ne dea iluzia unei culturi. Să nu ne păcălim însă… obiectele sunt de fapt *categorii de obiecte* ce determină absolut tiranic *categorii de persoane* – ele asigura supravegherea poliţienească a sensului social, iar semnificaţiile pe care le generează sunt de asemenea sub control. Proliferarea lor, în acelaşi timp arbitrară şi coerentă, e cel mai bun vehicul al unei ordini sociale la fel de arbitrară şi coerentă, care se materializează în ele în modul cel mai eficace sub semnul abundenţei.

Conceptul de „marcă" – cardinal în publicitate – rezumă destul de bine posibilităţile unui „limbaj" al consumului. Toate produsele (în afara celor alimentare, perisabile) se propun atenţiei printr-o siglă impusă: orice produs „demn de acest nume" are o marcă (care se substituie uneori numelui obiectului: frigider). Funcţia mărcii e semnalarea produsului, iar funcţia ei secundă e mobilizarea conotaţiilor afective: „În economia noastră, puternic concurenţială, puţine produse îşi păstrează superioritatea tehnică. Ele trebuie să primească rezonanţe care le individualizează şi să fie înzestrate cu asocieri şi cu imagini, să aibă semnificaţii la niveluri numeroase, dacă

vrem să se vândă bine şi să trezească un ataşament afectiv ce se exprimă prin fidelitatea faţă de o marcă" (Martineau, *op. cit.,* p. 75).

Iată aşadar cum se înfăptuieşte restructurarea psihologică a consumatorului: printr-un cuvânt: Philips, Olida, General Motors – capabil de a rezuma în acelaşi timp o diversitate de obiecte şi o mulţime de semnificaţii difuze. O expresie sintetică ce rezumă o afectivitate sintetică: miracolul „etichetei psihologice". La drept vorbind, e singurul limbaj vorbit de obiect, singurul pe care el l-a inventat. Or, acest lexic de bază, ce acoperă pereţii şi bântuie conştiinţele, e strict asintactic: diferitele mărci se succed, se juxtapun, se substituie unele altora, fără articulare şi fără tranziţie – lexic rătăcitor –, una devorând-o pe alta şi fiecare trăind într-o repetare neostoită. E fără îndoială cel mai sărac limbaj ce poate exista: greu de semnificaţii şi gol de sensuri; un limbaj făcut din semnale, în care „fidelitatea" faţă de marcă nu e decât rezultatul condiţionat al unei afectivităţi dirijate.

Dar. vor obiecta filosofii, faptul de a evoca forţele adâncurilor (fie şi doar pentru a le reintegra în sistemul sărac al etichetelor) nu e oare o binefacere? „Eliberaţi-vă de cenzură! Dejucaţi-vă supraeul! Aveţi curajul dorinţelor voastre!" Dar aceste foiţe venite din adâncurile fiinţei sunt oare solicitate pentru a li se permite să se articuleze într-un limbaj? Acest sistem de semnificaţii ne îngăduie oare să aducem la un sens – şi la ce sens? – zone până acum oculte ale persoanei? Iată ce mai spune Martineau: „Fireşte, e preferabil să folosim termeni acceptabili, stereotipi: aceasta e esenţa metaforei (!) … Dacă cer o ţigară „dulce" sau o maşină „frumoasă", fără să fiu însă capabil să definesc literal aceste atribute, ştiu că ele indică ceva dezirabil. Automobilistul obişnuit nu ştie ce e octanul din benzină, însă ştie, vag, că e ceva folositor. Tocmai de aceea cere benzină cu mare concentraţie de octan: pentru că, prin acest jargon de neînţeles, caută o calitate favorabilă şi esenţială" (p. 142). Altfel spus, discursul publicitar nu face altceva decât să trezească dorinţa, pentru a o generaliza

mai apoi în termenii cei mai vagi cu putinţă. „Forţele din adâncuri”, reduse la expresia lor cea mai simplă, sunt indexate printr-un cod instituţional de conotaţii, iar „alegerea” nu face, în fond, decât să confirme complicitatea ordinii *morale* cu veleităţile noastre profunde: în aceasta constă alchimia „etichetei psihologice”, 25

Evocarea stereotipă a „forţelor din adâncuri” echivalează cu o *cenzură*. Ideologia împlinirii personale, victoria lipsei de logică a pulsiunilor decul-pabilizate nu e, la drept vorbind, altceva decât o gigantică întreprindere de materializare a supraeului. *Ceea ce e personalizat în primul rând în obiect e cenzura*. Filosofii consumului vorbesc în zadar de „forţele profunde” ca de nişte posibilităţi imediate ale fericirii, pe care trebuie să le eliberăm. Întregul inconştient e conflictual şi, în măsura în care e mobilizat de publicitate, e mobilizat ca un conflict. Publicitatea nu eliberează pulsiunile, ci mai întâi fantasmele ce le blochează. De unde ambiguitatea obiectului, în care persoana nu apucă niciodată sji se depăşească, ci doar să se adune într-un mod contradictoriu: prin dorinţele şi forţele care le cenzurează pe acestea. Regăsim aici schema globală de gratificare/frustrare analizată mai sus: în spatele rezolvării formale a tensiunilor şi a unei regresii niciodată reuşite, obiectul vehiculează întotdeauna reluarea peipetuă a conflictelor. Aceasta e, poate, definiţia formei specifice a alienării contemporane: conflictele interioare şi „forţele din adâncuri” sunt mobilizate şi alienate în procesul de consum, aşa cum forţa de muncă e alienată în procesul de producţie.

Nimic nu s-a schimbat, sau mai degrabă ba da: restricţiile puse în faţa împlinirii persoanei umane nu se mai exercită prin legi represive şi prin norme de supunere: cenzura se exercită prin conduite „libere” (cumpărare, alegere, consum), graţie unei investiri spontane, interiorizându-se într-un fel de bucurie.

Un cod universal: *standingul*

Sistemul obiecte/publicitate constituie aşadar mai puţin un limbaj (neavând sintaxa vie a acestuia) cât un sistem de semnificaţii: are sărăcia şi eficacitatea unui cod. Nu structurează personalitatea, ci o desemnează şi o clasifică. Nu structurează nici relaţia socială, ci o decupează într-un repertoar ierarhic. În sfirtit, se formalizează într-un sistem universal de reperare a statutului social: codul „standingului”.

În cadrul societăţii de consum, noţiunea de statut ca şi criteriu de determinare a fiinţei sociale tinde tot mai mult să se simplifice şi să coincidă cu cea de „standing”. Or, „standingul” e calculat şi în registrul puterii, al autorităţii, al răspunderilor, dar de fapt „Nu poate exista o adevărată responsabilitate fără ceasul de mână Lip!” întreaga publicitate se referă explicit la obiect ca la un criteriu imperativ: „Veţi fi judecat după... O femeie elegantă e recunoscută după...” etc. Desigur, obiectele au constituit întotdeauna un sistem de reperare, dar paralel şi adesea accesoriu faţă de alte sisteme (gestică, ritual, ceremonial, limbaj, statut prin naştere, cod al valorilor morale etc). Ceea ce e propriu societăţii noastre e faptul că celelalte sisteme de recunoaştere se resorb progresiv în ele, în folosul exclusiv al codului „standingului”. Acest cod se impune cu evidenţă, mai mult sau mai puţin, în funcţie de cadrul social şi de nivelul economic, însă funcţia colectivă a publicităţii e de a ne converti la el. E moral, deoarece e confirmat de grup, şi orice infracţiune faţă de el e mai mult sau mai puţin culpabilizantă. E totalitar, şi nimeni nu scapă de el: dacă scăpăm de el cu titlu personal nu înseamnă deloc că nu participăm zi de zi la elaborarea lui pe plan colectiv. Dacă nu credem în el, credem totuşi îndeajuns că ceilalţi cred în el, intrând astfel în joc, fie şi la modul ironic. Chiar şi conduitele refractare faţă de acest cod se precizează în funcţie de o societate ce i se conformează. De altfel, el are aspecte pozitive:

1. nu e mai arbitrar decât oricare altul. Chiar şi în propriii noştri ochi, evidenţa valorii e, printre altele, maşina pe care o schimbăm, cartierul în care locuim,

numeroasele obiecte ce ne înconjoară şi ne diferenţiază. Dar nu numai toate acestea. Codurile de valori nu au fost însă întotdeauna parţiale şi arbitrare (în primul rând codurile morale)?

2. face posibilă socializarea şi secularizarea totală a semnelor de recunoaştere: e legat aşadar de emanciparea, fie şi formală, a relaţiilor sociale. Obiectele nu fac mai suportabilă doar viaţa materială, înmulţindu-se ca bunuri, ci fac mai suportabil şi statutul reciproc al oamenilor, generalizându-se ca semne de recunoaştere. Sistemul standingului are cel puţin ca avantaj faptul că face ca toate ritualurile de castă sau de clasă să devină caduce – şi, în general, toate criteriile anterioare (şi interioare) de discriminare socială.

3. pentru întâia oară în istorie, constituie un sistem de semne şi de lectură *universal*. Putem regreta că le-a dat la o parte pe toate celelalte, însă putem spune invers, că extenuarea progresivă a celorlalte sisteme (de naştere, de clasă, de funcţie), extinderea concurenţei, mobilitatea socială mai mare, aerisirea accelerată a grupurilor sociale, instabilitatea şi înmulţirea limbajelor făcea necesară instituirea unui cod de recunoaştere limpede, fără ocolişuri, universal. Într-o lume în care milioane de oameni se întâlnesc zilnic, fără să se cunoască, codul „standingului”, ce satisface exigenţa vitală de a fi la curent cu ce li se întâmplă celorlalţi, are o funcţie socială esenţială.

Cu toate acestea:

1. universalitatea şi eficacitatea sunt obţinute cu preţul unei simplificai! radicale, al unei sărăciri, al unei regresii aproape definitive a „limbajului” valorii: „Orice persoană se califică prin propriile-i obiecte”. Coerenţa e obţinută prin instaurarea unei combinatorii sau a unui repertoar: un limbaj funcţional, prin urmare, însă sărac din punct de vedere simbolic şi structural.

2. faptul că un sistem de lectură şi de recunoaştere e, în zilele noastre, valabil pentru toţi, că seninele valorii sunt în întregime socializate şi obiectivate, nu duce deloc la o

„democratizare” reală. Avem impresia, dimpotrivă, că *o constrângere de referire unică nu face decât să exacerbeze dorinţa discriminării*: chiar în cadrul sistemului omogen, vedem desfăşurându-se o obsesie mereu nouă a ierarhiei şi a distincţiei. Dacă barierele morale, de etichetă şi de limbaj cad, noi bariere şi noi excluderi răsar în câmpul obiectelor: o nouă morală de clasă sau de castă se va investi de data aceasta în lucrurile cele mai materiale şi mai pregnante.

Dacă, prin urmare, codul „standingului” e pe cale de a constitui, în zilele noastre, o ordine de semnificaţii universală, uşor lizibilă şi permiţând o circulaţie fluidă a reprezentărilor sociale pe toată scara grupului, societatea nu devine, prin aceasta, transparentă. Codul ne dă imaginea unei transparenţe false şi a unei false lizibilităţi a raporturilor sociale, în spatele căreia adevăratele structuri de producţie şi adevăratele relaţii sociale rămân indescifrabile. O societate nu poate fi transparentă decât dacă cunoaşterea ordinii semnificaţiilor ar fi totodată şi cea a ordinii structurilor şi a faptelor sociale. Nu aşa se întâmplă cu sistemul obiecte/publicitate, ce nu oferă decât un cod de semnificaţii mereu complice şi opac. De astfel, dacă prin coerenţa lui el aduce un confort formal, tot el e mijlocul cel mai bun prin care jurisdicţia imanentă a societăţii globale se extinde permanent asupra indivizilor.

1 Vezi cazul modei (R. Barthes).

1 Cu toate acestea, să nu uităm că primele publicităţi se refereau la poţiuni miraculoase, la leacuri băbeşti şi la altele de acest fel: e vorba prin urmare de informaţie, însă foarte tendenţioasă.

3 *Placebo-ur de* sunt substanţe neutre pe care medicii le administrează bolnavilor psihosomatici. Nu rareori se întâmplă ca bolnavii să se vindece graţie acestei substanţe inactive, ca şi cum ar fi luat adevărate medicamente. Ce integrează şi ce asimilează ei? Ideea medicamentului + prezenţa medicului. Pe tată şi pe mamă în acelaşi timp. Şi în cazul lor, credinţa îi ajută să recupereze o situaţie infantilă şi să rezolve un conflict

psihosomatic.

4 Deşi nu e cazul să o facem aici, această analiză ar trebui extinsă la comunicaţiile de masă în general.

5 Dar nu are câtuşi de puţin nevoie de a se exprima pentru a fi prezentă în mod eficace: simpla imagine publicitară e suficientă pentru a o impune.

6 De exemplu, în emisiunile radiofonice patronate de un anumit produs, imperativul publicitar e minim faţă de complicitatea afectivă: „Iată un produs oferit de Sunil".

Locuitorii unei periferii americane protestează nu împotriva insuficienţelor obiective ale serviciilor municipale, ci împotriva erorilor serviciului psihologic: nu s-a făcut, din punct de vedere psihologic, ce trebuia pentru a-i face să accepte o anumită situaţie (Riesman, p.260).

8 Ca şi în cazul alegerii (v. *Modele şi serii*): obiectul în sine ne e vândut, însă „gama" de obiecte ca atare ne e „oferită".

9 Pentru ca alegerea şi publicitatea să ne poată fi „oferite" a fost nevoie ca tot mai multe credite să fie consacrate „personalizării. modelelor şi difuzării publicitare, în dauna cercetării fundamentale: ceea ce ni se „oferă" psihologic e retras din calitatea tehnică a lucrului vândut. Acest proces nu trebuie minimalizat: în societăţile „dezvoltate", el primeşte o anvergură colosală. Cine poate spune însă că publicitatea, care ne scade fragilitatea prin satisfacţii imaginare, nu are o funcţie *obiectivă* tot atât de fundamentală ca şi progresul tehnic, care satisface nevoile noastre materiale?

10 Anumite teme predominante (sânii, buzele) sunt de altfel poate mai puţin erotice cât „nutriţionale".

11 Termenul german ce desemnează publicitatea: *die Werbung*, semnifică literalmente căutarea fiinţei iubite. *Der umworbene Mensch* e omul investit publicitar, şi de asemenea omul solicitat sexual.

12 Sunt cunoscute eşecurile companiilor publicitare ce au vizat schimbarea comportamentelor sociale sau a structurilor colective (împotriva alcoolului, al condusului periculos al maşinii etc). Publicitatea e refractară

principiului (colectiv) de realitate. Ea vizează individul, în visul lui personal. Singurul ei imperativ eficace e poate acesta: Oferiţi (deoarece intră în sistemul reversibil al gratificării).

Publicităţile negative sau ironice sunt simple antifraze – artificiu bine cunoscut al visului.

14 Evident, trebuie să ţinem seama de conjunctura politică Est-Vest. Putem însă afirma că lipsa publicităţii, aşa cum o cunosc ei, e, printre altele, unul dintre motivele reacţiei lor negative împotriva Estului.

15 În spatele sistemului de gratificare se văd de altfel întărindu-se toate structurile de autoritate: planificare, centralizare, birocraţie – partide, state şi tot felul de mecanisme îşi amplifică dominaţia în spatele vastei imagini materne care face tot mai puţin posibilă contestarea lor reală.

16 Această analiză poate fi transpusă în sistemul obiectelor. Tocmai pentru că obiectul e şi el ambiguu, nefiind întotdeauna doar obiect, ci în acelaşi timp *vizare a absenţei relaţiei umane* (după cum semnul publicitar e vizare a absenţei obiectului real), obiectul poate juca şi el un puternic rol de integrare. Cu toate acestea, specificitatea practică a obiectului face ca vizarea absenţei realităţii să fie mai puţin precisă decât în semnul publicitar.

17 Orice semn publicitar poartă mărturie, chiar şi de unul singur, despre acest sistem tautologic de recunoaştere, deoarece, în acelaşi timp, se indică pe sine ca publicitate.

18 Nu e oare acea? ta funcţia sistemului totemic după Lévi-Strauss? Prin semnele totemice arbitrare, ordinea societăţii se oferă pr-jvirii, în imanenţa ei durabilă. Publicitatea ar fi, astfel, finalitatea unui sistem cultural revenit (prin inventarul „urmelor”) la sărăcia codurilor de semne şi a sistemelor arhaice.

19 Termenul de concurenţă e ambiguu: lucrurile ce „concurează” rivalizează şi converg în acelaşi timp. Tocmai rivalizând cu înverşunare se „concurează” cel mai sigur

spre acelaşi punct. La un anumit prag al progresului tehnic (în mod special în SUA), toate obiectele din aceeaşi categorie sfârşesc prin a-şi fi echivalente, iar constrângerea de diferenţiere nu mai reuşeşte altceva decât să le facă să se schimbe toate odată, în fiecare an, după aceleaşi norme. Tot aşa, libertatea extremă a alegerii ne readuce pe toţi la constrângerea rituală de a poseda aceleaşi lucruri.

20 în SUA, obiectele esenţiale (automobil, frigider) tind la o durată previzibilă şi impusă de un an (trei pentru televizor, ceva mai mult pentru apartament). Normele sociale de *standing* sfârşesc prin a impune un fel de metabolism al obiectului, un ciclu din ce în ce mai rapid: tocmai acest ciclu nou, îndepărtat de cele naturale dar care, în mod curios, coincide cu vechi cicluri sezoniere – ca şi nevoia de a-l urma –, instituie în zilele noastre morala cetăţeanului american.

— *Happyfew* (engl.): rarii privilegiaţi.

21 Lucru rezumat perfect de ambiguitatea acelui *dumneavoastră* (fr. *vous*), ca şi a lui *you* din engleză: „Guiness is good for you". E aceasta o formulă deosebită de politeţe (aşadar personalizantă) sau o adresare către un subiect colectiv? *Vous* (fr.) singular sau *vous* plural? Poate că ambele. Sau fiecare dintre cele două, în măsura în care se aseamănă cu fiecare: de fapt, *vous* gnomic = *on* (fr). Cf. Leo Spitzer, *Sprache im technischen Zeitat-ter*, dec. 1964. p. 961.

22 Când a apărut moda coafurii Bardot, orice fată la modă era unică în propriii ei ochi, deoarece nu se referea niciodată la alte mii de fete ca şi ea, ci la Bardot însăşi, arhetipul sublim din care decurgea originalitatea. La limită, faptul că patru sau cinci nebuni din acelaşi azil se iau drept Napoleon nu e mai jenant. Aceasta deoarece conştiinţa nu se califică, în cazul lor, prin relaţia reală, ci prin cea imaginară.

23 Reluând schema marxistă din *Problema evreiască*, putem spune că, în societatea de consum, individul e liber în calitatea lui de consumator, dar că nu e liber decât ca

atare. Emanciparea e formală.

24 Există şi alte metode, arhaice însă, de personalizării a cumpărării: târguială, cumpărare de ocazie (după norocul fiecăruia), *shopping* (răbdare, joc) etc. Sunt arhaice deoarece presupun un produs pasiv şi un cumpărător activ. În zilele noastre, întreaga iniţiativă a personalizării e încredinţate publicităţii.

25 De fapt, am face o prea mare cinste publicităţii dacă am compara-o cu o *magie*: lexicul nominalist al alchimiştilor are în el ceva dintr-un limbaj adevărat, structurat de o practică a căutării şi a descifrării. Nominalismul „mărcii" e, în ce-l priveşte, pur imanent şi imobilizat de imperativul economic.

CONCLUZIE: SPRE O DEFINIŢIE A „CONSUMULUF

Am dori să încheiem această analiză pe mai multe nivele a legăturii cu obiectele în procesul sistematic printr-o definiţie a „consumului", deoarece toate elementele practicii actuale în acest domeniu tind spre ea.

Putem concepe consumul ca pe o modalitate caracteristică a societăţii noastre industriale, cu condiţia de a-l elibera o dată pentru totdeauna de accepţia lui curentă – de proces de satisfacere a nevoilor. Consumul nu e un mod pasiv de absorbire şi de însuşire opus modalităţii active a producţiei, pentru a pune în balanţă scheme naive de comportare (şi de alienare). Trebuie stabilit chiar de la început că el e un mod activ de relaţie (nu numai cu obiectele, ci şi cu colectivitatea şi cu lumea), un mod de activitate sistematică şi de răspuns global pe care se întemeiază întregul nostru sistem cultural.

Trebuie să stabilim cu limpezime că nu obiectele şi produsele materiale sunt obiectul consumului: acestea sunt doar obiecte ale nevoilor şi satisfacţiilor. De când e lumea, oamenii au cumpărat, au posedat, au cheltuit şi s-au bucurat de lucruri – dar cu toate acestea nu au „consumat". Sărbătorile „primitive", risipa seniorului feudal, luxul burghezului din secolul al XIX-lea nu sunt consum. Iar dacă suntem îndreptăţiţi să folosim acest termen pentru societatea contemporană nu e din cauză că

mâncăm mai bine şi mai mult, că absorbim mai multe imagini şi mesaje, că dispunem de mai multe aparate şi gadgeturi. Volumul bunurilor ori satisfacerea nevoilor nu ajung pentru a defini conceptul de consum, fiind doar o condiţie prealabilă a acestuia.

Consumul nu e nicio practică materială, şi nicio fenomenologie a „abundenţei”; nu se defineşte nici prin alimentul pe care-l digeram, nici prin automobilul de care ne servim şi nici prin substanţa orală sau vizuală a imaginilor şi mesajelor, ci prin organizarea în substanţă semnificantă a tuturor acestora: e *totalitatea virtuală a obiectelor şi mesajelor deja constituite într-un discurs mai mult sau mai puţin coerent*. Consumul, ca să putem spune că are un sens, e *o activitate de manipulare sistematică a semnelor*.

Obiectul-simbol tradiţional (casă, sculele, mobilele), care mediatiza o relaţie reală sau o situaţie trăită şi avea clar imprimată în substanţa şi forma lui dinamica conştientă sau inconştientă a acestei relaţii – nefiind prin urmare arbitrar –, acest obiect înlănţuit şi impregnat de grele conotaţii dar mereu viu tocmai prin relaţia lui de inferioritate şi de tranzitivitate spre fapta sau spre gestul uman (colectiv ori individual) nu e consumat. *Pentru ca obiectul să fie obiect de consum a trebuit ca, mai întâi, să devină semn*, cu alte cuvinte exterior faţă de o relaţie pe care nu face altceva decât să o semnifice –*aşadar arbitrar* şi necoerent cu acea relaţie concretă, primindu-şi însă coerenţa, prin urmare sensul, prin relaţia abstractă şi sistematică cu toate celelalte obiecte-semne. Abia atunci se „personalizează”, intră în serii etc; abia de atunci va fi consumat, nu în materialitatea ci în diferenţa lui.

Convertirea obiectului la statutul sistematic de semn implică o modificare simultană a relaţiei umane, care devine relaţie de consum, cu alte cuvinte care tinde să se consume (în sensul dublu al cuvântului: să se „împlinească” şi să se „abolească” m şi prin obiecte, care devin medierea ei obligatorie şi, foarte curând, semnul ei substitutiv: *un alibi*).

Vedem foarte bine că nu obiectele sunt consumate, ci relaţia însăşi – semnificată şi absentă, inclusă şi exclusă în acelaşi timp în seria de obiecte se consumă *ideea de relaţie* pe care acestea o fac vizibilă.

Relaţia nu mai e trăită: se abstractizează şi se aboleşte într-un obiect-semn în care se consumă.

Statutul relaţiei/obiect e orchestrat la toate nivelurile de ordinea de producţie, întreaga publicitate sugerează că relaţia vie, contradictorie, nu trebuie să perturbe ordinea „raţională" a producţiei şi că trebuie să fie consumată ca orice altceva. Trebuie să se „personalizeze" pentru a i se integra acesteia din urmă. În acest punct, regăsim concluziile logicii formale a mărfii, analizată de Marx: tot aşa cum nevoile, sentimentele, cultura, ştiinţa şi toate forţele proprii ale omului sunt integiate ca marfă în ordinea producţiei, materializându-se în forţe productive pentru a putea fi vândute, dorinţele, proiectele, exigenţele, pasiunile şi relaţiile se abstractizează (sau se materializează) în semne şi în obiecte pentru a fi cumpărate şi consumate. Iată exemplul cuplului: finalitatea lui obiectivă devine consumul de obiecte, printre altele al unor obiecte care altă dată nu simbolizau câtuşi de puţin relaţia.1

Dacă citim începutul romanului lui Georges Perec, *Lucrurile* (1965): „Ochiul ar aluneca mai întâi de-a lungul mochetei gri a unui coridor întins, înalt şi strâmb. Pereţii ar fi acoperiţi de dulapuri din lemn deschis la culoare, ale căror părţi metalice, din aramă, ar străluci. Trei gravuri… ne-ar duce spre o draperie din piele, atârnată de inele mari din lemn cu vinişoare, pe care un simplu gest ar face-o să cadă… Apoi am ajunge într-o cameră de zi, lungă de vreo şapte metri şi lată de vreo trei. La stânga, într-un fel de alcov, un divan lat din piele neagră, obosit, ar fi păzit pe margini de două rafturi de bibliotecă din lemn de cireş de o culoare ştearsă, pe care s-ar îngrămădi de-a valma nişte cărţi. Deasupra divanului, un portulan s-ar întinde pe întreaga lungime a peretelui. Dincolo de o masă mică şi joasă, sub un covor de rugăciune din mătase, atârnat pe

perete în trei cuie de aramă cu capăt mare, care ar sta în faţa draperiei din piele, încă un divan, perpendicular pe primul şi îmbrăcat cu o catifea maro deschis ne-ar duce spre o mică mobilă înaltă cu picioare, lăcuită în roşu închis şi având trei etajere pe care ar fi aşezate nişte bibelouri: agate şi ouă de piatră, cutii pentru tutun, bomboniere, scrumiere de jad etc. Mai departe… cutii şi discuri, lângă un pick-up închis, din care nu s-ar vedea decât patru butoane de oţel ghioşat…” (p.12), e limpede că, în ciuda unui fel de nostalgie densă şi moale pe care o degajă acest „interior”, nimic nu are vreo valoare simbolică. E suficient să comparăm această descriere cu una făcută de Balzac pentru a vedea că nicio relaţie umană nu mai e înscrisă în lucruri: totul e semn, un semn pur. Nimic nu are prezenţă, şi nici istorie; în schimb, totul e bogat în referinţe: orientală, scoţiană, americană etc. Toate obiectele sunt înzestrate *doar cu singularitate*: sunt abstractizate în însăşi diferenţa lor (modul lor referenţial de a fi) şi se combină între ele tocmai în virtutea acestei abstracţii. Ne găsim în universul consumului.2.

Or, urmarea povestirii ne lasă să întrevedem funcţia unui astfel de sistem de obiecte-semn: departe de a simboliza vreo relaţie, aceste obiecte, ce-i sunt străine prin continua lor „referire la ceva”, descriu golul relaţiei, ce poate fi descifrat pretutindeni prin inexistenţa partenerilor unul faţă de celălalt. Jérôme şi Sylvie nu există ca un cuplu: singura lor realitate e „Jerome-şi-Sylvie”: pură complicitate ce transpare în sistemul de obiecte care o semnifică. Nu vom spune însă nici că obiectele se substituie mecanic relaţiei absente şi că umplu un gol; nu: ele *descriu* golul ca pe un loc al relaţiei, într-o mişcare care e, în acelaşi timp, un mod de a nu o trăi dar şi de a o desemna cu toate acestea, fără încetare (în afara cazurilor de regresie totală), ca posibilitate a vieţii. Relaţia nu se împotmoleşte în pozitivitatea absolută a obiectelor, ci se articulează în ele ca în tot atâtea puncte materiale ale unui lanţ de semnificaţii; atâta că această configuraţie semnificativă a obiectelor e, aproape tot timpul, săracă,

schematică, închisă; în ea nu se repetă decât *ideea unei relaţii* ce nu poate fi trăită. Divanul de piele, pick-up-ul, bibelourile, scrumierele de jad: în aceste obiecte se semnifică *ideea de relaţie*, ce se consumă şi se aboleşte ca relaţie trăită.

Consumul poate fi definit, astfel, ca o *practică idealistă totală*, sistematică, ce depăşeşte cu mult relaţia cu obiectele şi relaţia interindi-viduală, întinzându-se asupra tuturor registrelor istoriei, comunicării şi culturii. Exigenţa culturală rămâne astfel vie, însă în cartea de lux sau în cromolitograiia din sufragerie doar *ideea* de cultură e consumată. Exigenţa revoluţionară rămâne şi ea vie, dar neputându-se actualiza în practică se consumă în ideea de Revoluţie. Ca idee, Revoluţia e într-adevăr veşnică, şi va fi veşnic consumabilă, ca orice altă idee – toate, chiar şi cele mai contradictorii, putând coexista ca semne în logica idealistă a consumului. Revoluţia se va semnifica printr-o terminologie combinatorie, într-un lexic de termeni immediaţi, în care e dată ca săvârşită şi în care „se consumă” 3.

Tot aşa, obiectele de consum constituie un lexic idealist de semne, în care proiectul vieţii se indică printr-o materialitate evanescentă. În cartea lui Perec vedem şi acest lucru: „Li s-ar părea, uneori, că o întreagă viaţă s-ar putea scurge armonios între pereţii acoperiţi cu cărţi şi aceste obiecte atât de impecabil domesticite încât ar fi sfârşit prin a le crede create de când e lumea doar pentru folosinţa lor… Nu s-ar simţi însă încătuşaţi: în anumite zile, ar lua-o din loc la întâmplare. Niciun proiect nu le-ar fi imposibil de realizat”. Or, tocmai acest lucru e la condiţional, iar cartea îl dezminte: nu mai există proiecte, ci doar obiecte. Sau, mai degrabă, proiectul nu a dispărut, ci se mulţumeşte cu propria-i realizare ca semn – în obiect. Obiectul de consum apare astfel, foarte precis, drept *ceva în care proiectul se „resemnează”*.

Fapt ce explică de ce *consumul nu are limite*. Dacă ar fi ceea ce e luat în mod naiv: o absorbire, o devorare, ar trebui să ajungem la o saturare. Dacă ar fi relativ la

ordinea nevoilor ar trebui să ne îndreptam spre satisfacţii. Nimic din toate acestea nu se întâmplă însă: vrem să consumăm tot mai mult. Constrângerea de a consuma nu e datorată vreunei fatalităţi psihologice (cine a băut va bea şi de acum încolo), şi nici unei simple constrângeri de prestigiu. Dacă consumul paie de neînvins e tocmai din cauză că e o practică idealistă totală, care, dincolo de un anumit prag, nu are nimic de-a face cu satisfacerea nevoilor sau cu principiul de realitate. E dinamizat de proiectul mereu dezamăgit şi subînţeles în obiect. Proiectul imediatizat în semn îşi transferă dinamica existenţială spre posedarea sistematică şi nedefinită a obiectelor-semne de consum. Iar aceasta nu va putea decât să se depăşească sau să se repete continuu pentru a rămâne ceea ce e: o raţiune de a trăi. Însuşi proiectul de a trăi, fragmentat, decepţionat, semnificat se reia şi se aboleşte în obiecte succesive. „A tempera" consumul sau a încerca să stabilim o grilă a nevoilor în măsură să-i normalizeze e o dovadă de moralism naiv sau absurd.

Procesul sistematic şi nedefinit al consumului răsare din exigenţa dezamăgită de totalitate, instalată în străfundurile proiectului. În idealitatea lor, obiectele-semne sunt echivalente unele cu altele şi se pot înmulţi la infinit: ba chiar *trebuie să o facă*, pentru a umple, în fiecare clipă, golul absenţei de realitate. În cele din urmă, putem spune că fenomenul consumului e de nereprimat tocmai pentru că se întemeiază *pe o lacună*.

Astfel, în S.U.A., cuplurile sunt încurajate să-şi schimbe anual verighetele şi să-şi „semnifice" relaţia prin cadouri şi cumpărături făcute „în comun".

În „interiorul" lui Georges Perec avem obiecte deja transcendente prin modă, nu obiecte „de serie". În el domneşte o constrângere culturală totală – un fel de terorism cultural. Aceasta însă nu schimbă nimic în sistemul consumului însuşi. 3 Aici, etimologia e edificatoare: „Totul e consumat" = „Totul e împlinit" şi, desigur: „Totul e distrus". Revoluţia e „consumată" în ideea de Revoluţie înseamnă că Revoluţia se împlineşte

(formal) şi se aboleşte în aceasta: ceea ce e dat ca realizat e, chiar de acum, imediat consumabil.

POSTFAŢA ÎN CĂUTAREA OBIECTULUI PIERDUT

Născut în 1929, Jean Baudrillard a fost profesor de sociologie la Universitatea Nantene. A debutat cu cronici literare publicate în revista *Les Temps modernes*. Între 1966 – 1968 a tradus în franceză patru volume de proză şi de teatru ale lui Peter Weiss, scriitor de limbă germană care, după instalarea la putere a lui Hitler, s-a exilat la Londra, apoi la Praga şi la Stockholm. În 1968 a dat o versiune franceză a unei importante contribuţii de antropologie culturală, cartea lui Willielm E. Muhâmann, *Chiliasmus und Nativismus*, publicată sub titlul *Messianismes revolutionnaires du Tiers-Monde* (*Mesianisme revoluţionare în lumea a treia*). Ultima etapă a carierei de traducător a lui Baudrillard a fost participarea la elaborarea versiunii franţuzeşti a textelor lui Marx şi Engels cuprinse în *Ideologia germană*. Semnatarii traducerii, apărută în 1976, au fost Henri Auger, Gil-bert Badia, Jean Baudrillard şi Renée Cartelle.

Prima carte a lui Baudrillard e *Le Sisteme des Objets*, apărută în 1968 la editura Gallimard, pe care o prezentăm cititorului în versiune românească. Ea a fost urmată de o producţie impresionantă, care e încă în curs! Iată lista completă a lucrărilor autorului ce ne interesează în aceste rânduri1: *La Société de Consommation*, Denoël, 1970 (*Societatea de consum*, SC); *Pour une critique de Veconomie politique du signe*, Gallimard, 1972 (*Pentru o critică a economiei politice a semnului*, CEPS); *Le Mi mir de la production*, Casterman, 1973 (*Oglinda producţiei*, MP); *L'Échange svmbolique et la mort*, Gallimard, 1976 (*Schimbul simbolic şi moartea* ESM); *Oublier Foucault*, Galilee, 1977 (*Să-l uităm pe Foucault*, OF); *L'effet Beaubourg*, Galilee, 1977 (*Efectul Beaubourg*, EB); *A Vombre des majorites silencieuses*, Cahiers d'Utopie, 1978 (*în umbra majorităţii tăcute*, OMS); *Le PC ou les paradis artificiels du politique*, Cahiers d'Utopie, 1978 (*Partidul comunist sau paradisul artificial al politicii*, PAP); De *la*

seduction, Galilee, 1979 (*Despre seducţie*, S); *Simulacres et simulation*, Galilee, 1981 (*Simulacre şi simulare*, SS); *Les Strategies fatales*, Grasset, 1983 (*Strategiile fatale*, SF); *La Gauche divine*, Grasset, 1984 (*Divina stingă*, GD); *Amérique*, Grasset, 1986 (*America*, A); *L'autre par lui-même*, Galilee, 1987 (*Celălalt văzut de el însuşi*, ALM); *Cool memories*, Galilee, 1987 (*Amintiri formidabile*, CM); *Cool memories* II, Galilee, 1990; *La transparence du mal*, Galilee, 1990 (*Transparenţa răului*, TM); *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, Galilee, 1991 (Războiul Golfului nu a avut loc, GG); *L'Illusion de la fin*, Galilee, 1992 (*Iluzia sfârşitului*, IF); *Le crime parfait*, Galilee, 1995 (*Crima perfectă*, CP). împreună cu Marc Guillaume a mai publicat în 1993, la editura Galilee, un volum de reflecţii şi luări de poziţie teoretice intitulat *Figures de l'alterite* (*Figuri ale alterităţii*).

Vom încerca, în rândurile ce urmează, să degajăm temele, motivele şi punctele de puternică articulare ale gândirii lui Jean Baudrillard, prezente deja în primul său volum. Ne vom strădui, totodată, să dăm cititorului o imagine cât mai riguroasă a ansamblului operei autorului, prin corelarea sugestiilor oferite de textul *Sistemului obiectelor* cu rezultatul lecturii integrale a studiilor lui Baudrillard. Am dori ca cele două demersuri ale noastre să se manifeste în solidaritatea lor de intenţie şi să reliefeze într-un mod suficient remarcabila coerenţă şi convergenţă a ideilor pe care orice cititor avizat – şi exigent – le poate detecta în vasta operă a unuia dintre cei mai interesanţi eseişti contemporani.

1. Obiectul produs. De la Renaştere încoace, acoperind aşadar o perioadă de aproximativ o jumătate de mileniu, omenirea a trăit într-o stare explozivă perpetuă, care a fost percepută de umanişti, de oamenii de ştiinţă, de jurişti, psihologi, ideologi şi analişti ca o eliberare continuă. Unde am ajuns însă? „Dacă ar trebui să caracterizăm starea de lucruri actuală, aş spune că ne găsim după o orgie. Orgia e momentul exploziv al modernităţii, al eliberării în toate domeniile. Eliberare

politică şi sexuală, eliberare a forţelor productive şi distructive, a femeii şi a copilului, a pulsiunilor inconştiente şi a artei […]" în zilele noastre, totul a fost eliberat, zarurile sunt aruncate şi ne regăsim cu toţii în faţa întrebării cruciale: ce să facem după orgie?" 2

Într-adevăr, toate foiţele au fost eliberate, într-un mod care lui Baudiil-lard îi apare ca orgiastic, adică străin oricărui control: regimurile politice puternic ierarhizate, autoritare sau totalitare, s-au transformat, în marea lor majoritate, în democraţii axate pe principiul reprezentativităţii cât mai largi; economia de piaţă sparge pretutindeni în lume cadrul centralizator al programărilor şi anticipărilor ideologice ale nevoilor; eliberarea sexuală a fost o mare victorie a mişcării feministe, contribuind la pregătirea egalităţii reale a sexelor; semnificaţia intervenţiilor armate a fost supusă şi ea unei reciclări de principiu (a cărei ambiguitate e însă mai izbitoare decât în cazul altor „eliberări") – războaiele nu mai sunt declarate şi au, deseori, aerul unor operaţii de poliţie internaţională ce tind la stingerea conflictelor regionale – fosta Iugoslavie –, la menţinerea *stătu* Moului teritorial – războiul Golfului – sau chiar la restabilirea echilibrului umanitar – intervenţiile SUA şi ale Franţei în Africa (nu întâmplător, administrarea acestor conflicte e în mare măsură încredinţată ONU şi „forţelor de pace" ale Organizaţiei Mondiale); psihicul uman şi-a eliberat şi el preaplinul şi potenţialul inconştient, graţie psihanalizei, ce izolează complexele refulate şi aduce obsesiile în stare discursivă, făcându-le exprimabile; artele, în sfârşit, s-au eliberat spectacular, în forme nenumărate şi punând în funcţiune criterii estetice cu adevărat revoluţionare: caligramatismul, non-figurativismul, dodecafonismul, a-discursivitatea, productivitatea textuală indefinită etc. Care e însă, la o privire atentă, semnificaţia acestui val de „eliberări", şi care e principiul – sau iluzia – care le-a dat naştere?

Viaţa şi destinul obiectelor ne vor aduce, ajunşi aici, importante elemente de clarificare. Revoluţia industrială şi

tehnologică a consacrat, de vreun secol şi jumătate deja, eliberarea obiectului sub semnul producţiei, al satisfacerii nevoilor (instaurând aşadar valoarea de folosinţă ca prioritară faţă de valoarea de schimb) şi al funcţionalismului. Ce înseamnă aceasta?

1. că obiectul e un referent real, rezultat al unui proces – producţia;

2. că producerea de obiecte e orientată, în primul rând, de existenţa unor nevoi primare, definite (foarte vag, după cum arată Baudrillard) prin criteriul „minimului vital" 3, asupra căruia vom reveni;

3. că, prin urmare, producţia nu e un joc sau un act gratuit, ci un efort a cărui valoare stă în putinţa de a crea obiecte utile (maxima utilitate fiind definită ca funcţionalitate), a căror folosire duce la stingerea nevoilor primare specifice, cărora le răspunde cutare sau cutare obiect. Consumul apare astfel ca un complement simetric al producţiei, ambele trimiţând, prioritar, la valoarea de utilizare a obiectului. Moartea obiectului („consumarea" lui) e simultană cu dispariţia nevoii, producţia şi consumul articulându-se într-un proces tranzitiv (descris de economia politică marxistă), în care valoarea se constituie prin referire directă la munca înmagazinată, cantitativ, în obiectul produs.

Dincolo de clivajele ideologice, criteriul *efortului substanţializat* inspiră întreaga concepţie a obiectului tradiţional, născută odată cu epoca industrială şi concretizată în economia politică marxistă. Faptul că, în „capitalism", munca e „alienată", goliritlu-l pe om de propria-i substanţă (ca şi cum umanitatea nu ar fi decât *volumul* de muncă pe care-l depune specia umană), sau că în „socialism" (aşa cum s-a manifestat el în ţările fostului bloc sovietic), e „eliberată", interiorizată, dând sens vieţii sub semnul unei bucurii inefabile (cam suspectă însă4) nu schimbă cu nimic datele problemei, în economia politică marxistă, arată Baudrillard, producţia face obiectul unei „autonomizări religioase" 5, „fantasmatice, şi al unei critici *a modurilor* succesive de constituire a mărfii. Ceea ce

romantismul productivist al lui Marx explorează însă mai puţin e *principiul* însuşi al producţiei, altfel spus producţia *ca formă*, în zilele noastre, producţia nu mai răspunde unei finalităţi concrete (satisfacerea nevoii de a consuma obiecte, de a stăpâni enunţuri şi mesaje, de a acumula bogăţii şi valori – altfel spus de a spori *conţinuturi* ce preexistă propriei lor forme), ci face să funcţioneze raporturi sociale de re-producţie condiţicată a unui vast scenariu de integrare şi o amplă reţea de structuri de mobilizare şi de reprimare generalizată a corpului socia17.

Câteva exemple: sloganul minimului vital, care nu poate fi determinat prin criterii substanţial-pozitive, ci rezidual: nivelul nevoilor, adică al variabilelor ce intră în joc pentru definirea pragului de supravieţuire, face obiectul unei reflecţii ideologice, nu economice. În societăţile arhaice – dar şi în lumea contemporană –, mecanismele productive nu funcţionează, în primul rând, pentru asigurarea nevoilor de supravieţuire, ci pentru a crea condiţiile unei prelevări gratuite ce ipotechează ansamblul societăţii, satisfacerea nevoilor apărând doar ca un imperativ secundar. Fie că e vorba de cheltuieli somptuare, de sacrificări rituale ale valorilor sau de profitul economic adunat, ca plusvaloare, undeva în afara circuitului social al produselor, risipa, cheltuiala „inutilă" sau beneficiul obţinut *fără efort* şi izolat de comunitatea care l-a produs precedă întotdeauna economia funcţională şi criteriul minimului necesar subzistenţei. *Oricare ar fi volumul obiectiv al resurselor*, cheltuielile unei societăţi se articulează în funcţie de excedente sau deficite structurale, şi nu reale. „Pragul de supravieţuire nu e determinat de jos în sus, ci de sus în jos […] Există chiar o strânsă corelaţie între subdezvoltare, creşterea vertiginoasă a straturilor sociale pauperizate, şi dezvoltarea tentaculară a structurilor religioase, militare, de personal domestic, precum şi a sectorului inutil" 8.

Privind lucrurile din direcţie opusă, dar după aceeaşi lege de producere a surplusului, pragul consumului obligatoriu e adesea stabilit dincolo de minimumul

necesar, fiind mereu dependent de producerea plusvalorii. În ţările occidentale dezvoltate, scrie cu umor Baudrillard, „nimeni nu are voie să trăiască cu rădăcini crude şi cu apă rece” 9. Nevoile nu mai sunt, prin urmare, o forţă de consuni eliberată de societatea abundenţei, *care le-ar produce*, ci „o foiţă de producţie generată de însăşi funcţionarea sistemului10: ele sunt ale sistemului, nu ale omului. Cum am putea admite, altfel, că posedarea, într-o singură familie, a două-trei automobile de exemplu, e o „nevoie” riguros determinată ca minim de supravieţuire? Când apare această nevoie „vitală”, şi cum se explică faptul că, alături de familiile posesoare ale acestui „minim” de subzistenţă, alte familii, lipsite de el, continuă să trăiască?

Producerea de obiecte nu mai are aşadar că orizont eliminarea nevoilor, după cum acestea nu-şi găsesc rezolvarea prin consum. Constrângerea nevoilor nu e lineară, ci exponenţială, fiind, de fapt, un imperativ de consum accelerat. În sfârşit, consumul nu e o cheltuială de resurse, ci o investiţie rentabilă, lucru ilustrat foarte bine de mecanismele de creditare. „Cine face datorii se îmbogăţeşte”, putem citi într-un slogan publicitar, iar în altul: „Cumpăraţi şi vă veţi îmbogăţi”. Creditul, veritabil „drept economic al cetăţeanului” ’1, consacră simultan dispariţia nevoilor şi a obiectelor. Primele sunt anulate de acumularea exuberantă de obiecte, iar acestea îşi pierd specificul prin faptul că nu mai sunt expresia unui efort de producţie, ci a unei inerţii a consumului care le goleşte de propria lor substanţă. Utilizatorul obiectului cumpărat pe credit se bucură de acesta *ca şi cum ar fi al lui*. Durata ratelor de plată acoperă însă de multe ori cu greu durata de viaţă a obiectului, care poate fi uneori chiar mai scurtă decât scadenţa ratelor. Când cumpăr un frigider în rate nu sunt deloc sigur că nu se ca strica iremediabil înainte ca eu să-l plătesc. Psihologic, mecanismul creditului.

Încurajat frenetic de economia de piaţă, produce nesiguranţă: obiectul luat pe credit trăieşte, vag, într-un „viitor anterior” (timpul improbabil în care „va fi fost

plătit” *y2*, iar cumpărătorul e mereu „în întârziere faţă de obiectele cumpărate”, ce-i invadează existenţa ameţitor, ipotecându-i-o ca „sumă de eforturi şi de muncă pe care ele o reprezintă”.

Obiectul consumat nu e deci un obiect produs, rezultat al unui efort al persoanei, ci unul re-produs în cadrul unui cod ce structurează ansamblul corpului social. Pe de altă parte, deriva exponenţială a consumului se referă mai puţin la satisfacerea nevoilor cât la o acumulare nesfârşită *de semne14* ale acestora. Nevoile devin astfel abstracte, contribuind la menţinerea unui echilibru social în care consumul precedă producţia ca principiu de socializare, şi în care mecanismele financiare preiau şi reorganizează priorităţile strict economice. Obiectele moderne, definite prin criterii noi (comutabilitate, mobilitate sporită, specializare îngustă, eliberare de estetica canonică), marchează o etapă nouă în concepţia noastră despre istorie, cultură, comunicare şi valori.

2. Obiectul re-produs. Pietrele unghiulare ale producţiei economice tradiţionale sunt următoarele: obiectul concret, definit prin criterii precum: munca investită în el, valoarea de utilizare pe care o reprezintă (care, cel puţin în parte, e expresia cantităţii de muncă depusă pentru producerea lui); prioritatea modelului faţă de producţia de serie; caracterul viu al muncii şi semnificaţia ei dialectică (efortul productiv e mijlocul privilegiat de integrare socială a persoanei).

Structurile socio-economice contemporane pun însă sub semnul întrebării întregul arsenal teoretic al economiei politice. Mai întâi, criteriul central al valorii obiectului produs e pe cale de dispariţie: obiecte ultrasofisticate sunt produse cu telinologii de înaltă performanţă, cu costuri reduse şi, pe deasupra, fără efort. Valoarea materială a obiectului, dar şi cea de strădanie productivă (concretizată în tensiunea fizică a muncii) tind prin urmare spre zero, iar spirala preţurilor e descendentă. Acest lucru e posibil şi datorită perimării accelerate – şi deliberate – a modelelor, care trec practic

instantaneu în producţia de serie. Decalajul temporal între apariţia unui model şi serializarea lui se îngustează continuu: tot aşa cum putem vorbi de prioritatea consumului asupra producţiei se poate susţine că, paradoxal, seriile preexistă, ca foiţă de integrare economică, modelelor, care de fapt le-au dat naştere.

Munca concretă, al cărei sens s-a generalizat în imaginea efortului muscular, şi-a pierdut aşadar virtuţile productive. Dacă însă voinţa eroică de a da naştere obiectelor a devenit improductivă, ne vom întreba, pe drept cuvânt: cum poate fi definit procesul care, în zilele noastre, generează obiecte?

Maix a crezut, cu oarecare naivitate, că munca e mijlocul privilegiat de realizare plenară a persoanei umane şi că, prin urmare, criteriul major de integrare socială e producerea de bunuri. Această mitologie productivistă a dat naştere, printre altele, ideologiei egalitariste occidentale, ce identifică *creşterea* economică cu *abundenţa*, şi pe ultima cu *democraţia-5*: nu există bogăţie fără creştere economică şi nici democraţii sărace. La o privire mai atentă, ne vom da însă seama că între creştere şi abundenţă se interpun structuri sociale de discriminare şi de dominaţie, şi că mitul creşterii nedefinite e, în esenţa lui, un compromis între visul egalitar şi imperativul menţinerii privilegiilor16. În lumina acestei analize, progresul tehnologic nu e mobilul creşterii economice, ci izvorăşte el însuşi din dubla determinare pe care am subliniat-o: creşterea nu e rezultatul progresului tehnologic, acesta fiind el însuşi produs ca instrument de putere. O democraţie fără înalte telinologii ar fi slabă, prin urmare săracă, riscând aşadar să cadă în totalitarism.

Tabloul societăţilor occidentale contemporane e departe de idealul abundenţei generalizate, oferind mai degrabă imaginea unei lumi minuţios ierarhizate şi a unor inegalităţi materiale evidente. Democraţiile se întemeiază pe principiul egalităţii şanselor, nu pe egalitatea materială a persoanelor. Una dintre iluziile criticismului marxist a fost credinţa în inocenţa maşinii şi a progresului – visul

revoluţiei tehnico-industriale –, corelată cu prejudecata hegemoniei muncii vii asupra muncii moarte (chiar dacă conceptul de muncă-capital introduce presentimentul unui principiu de excludere şi discriminare tocmai la nivelul muncii17). Nu e o întâmplare că Marx analizează doar sumar munca improductivă, altfel spus *re-productivă*, de exemplu munca-serviciu (sectorul terţiar de astăzi), această „categorie arhaică" 18, ambiguă şi greu de definit, în care prestaţia e inseparabilă de prestatar: „Serviciul adus cuiva e o adeziune cu trupul, cu timpul, cu spaţiul şi cu materia cenuşie. Faptul că produce sau nu ceva e indiferent faţă de indexarea personală pe care o presupune. Gata cu plusvaloarea; salariul îşi pierde sensul obişnuit [...] Avem de-a face cu supunerea reală, cu solicitarea şi rechiziţionarea totală a persoanei. În acest sens, munca nu mai diferă de alte practici, în speţă de termenul ei contrai –, timpul liber care. din cauză că implică aceeaşi mobilizare şi investire personală (sau dezin-vestire productivă), e, în zilele noastre, în mod identic, un seniciu adus cuiva"!

Accelerată, descentralizată, adusă într-un ciclu de o mobilitate extremă şi reprodusă prin mecanisme de autogestionare (exemplu: munca desfăşurată la domiciliu, ai cărei rezultat e transmis prin reţele informatice interconectate), munca încetează de a fi un mod productiv, devenind cod reproductiv şi principiu de socializare forţată într-o lume „cu faţă de u-zină" 20. Ea „invadează viaţa tuturor, ca represiune fundamentală, control şi ocupaţie permanentă [...] Trebuie ca oamenii să fie fixaţi pretutindeni: la şcoală, la uzină, pe plajă sau în faţa televizorului, printr-o permanentă mobilizare generală"-l. În dimensiunea lui codificată, timpul liber însuşi îşi pierde valoarea de utilizare (libertatea pe care o avem de *a-l pierde*, de a-l folosi după bunul nostru plac), devenind un straniu obiect de consum, eliberat ca un „capital cronometric" abstract22 ce poate fi *cumpărat* asemenea oricărei mărfi, şi încetând, tocmai prin aceasta, de a mai fi cu adevărat liber. Aşa cum munca se dizolvă în propriul ei

cod, libertatea clipelor de răgaz e semnul supremei noastre servituţi şi al reificării ultime a forţei de muncă23. Iar dacă munca mimează producerea de obiecte, timpul liber reproduce, la rândul lui, semnele integrării silite în societatea globală.

3. Obiectul – deşeu. Eliberarea obiectului ca simulacru şi de-natu-ralizarea valorilor pun sub semnul întrebării însuşi principiul realităţii lumii şi istoriei24. Să revenim însă la câteva obiecte devenite, prin speculantatea realităţii şi a aparenţei, propria lor imagine.

O componentă a revendicărilor feministe a fost ceea ce unii au numit „revoluţia sexuală”, ce ar fi tins la restabilirea demnităţii feminine şi a egalităţii morale a sexelor. Două idei de bază au inspirat acest fenomen: convingerea că femeia era supusă represiunii masculine şi imperativul eliberării fără oprelişti a dorinţei şi energiei sexuale, într-un mod ce aminteşte, destul de curios, de productivismul dezlănţuit al economiei politice marxiste. Or, arată Baudrilllard, sexualitatea nu a fost niciodată reprimată *în materialitatea ei*, ci doar supusă unei „constrângeri de exprimare, aşadar *de producere* a sexului” (s. B.) 25. Istoria sexualităţii e întru totul similară istoriei nebuniei descrisă de Michel Foucault în *Histoire de la folie* à l’âge *classique*: ambele au fost iniţial izolate, „oprimate”, întemniţate în interdicţii verbale sau în instituţii specifice, eliberându-se, în zilele noastre, într-o normalitate cotidiană care, în fapt, e începutul propriului lor sfârşit26. Sexul fără mister, proferat, afişat şi exhibat pornografic, în fascinaţia proximităţii absolute şi într-un exces de vizibilitate îşi pierde realitatea: el se „hiper-realizează”, altfel spus se resoarbe, ca obiect, în propria-i imagine27.

Paradoxul e în faptul că eliberarea energiilor nu aduce egalitatea persoanelor sau a categoriilor umane, biologice ori socio-profesionale, ci antrenează o întărire a socializării, care devine tot mai puternică, diferenţiată şi ierarhizată: „Orice forţă şi orice discurs eliberat e un cerc adăugat spiralei puterii28. Eliberarea în bine e, simultan,

eliberare în rău29, iar eliberarea maximă aduce imobilizarea spectrală a obiectului în propria-i aparenţă şi a umanităţii în propria-i virtualitate. Realitatea lumii e prin urmare reziduală: cea a unui deşeu ce procedează dintr-o istorie virtuală, „în reciclarea universală a deşeurilor, devenită marea noastră sarcină istorică, arată Baudrillard în *Ecologia malefice*? e, lucrul cel mai rău e faptul că specia umană începe să se producă pe sine ca deşeu, continuând efectul de dejecţie chiar asupra ei. Cel mai rău nu e că suntem năpădiţi de deşeurile concentrărilor industriale şi urbane, *ci că ne-am transformat noi înşine în deşeuri* (s. B.): că natura a ajuns să fie reziduală, insignifiantă, împovărătoare, şi că nu mai ştim cum să scăpăm de ea [...] Când se construieşte o autostradă, un supermagazin, o metropolă, tot ce le înconjoară se transformă în deşert [...] Ecologia – şi orice ecologie e benevolă – nu poate face nimic. Ar fi nevoie de o ecologie malefică, care să trateze răul cu alt rău".

Într-adevăr eliberarea sub semnul tehnologiilor triumfătoare, prin accelerarea vertiginoasă a proceselor fizice, biologice, istorice sau de comunicare aduce un fel de instantaneizare a lumii, reversibilitatea cauzelor şi a efectelor, curbarea linearităţii în circularitate şi dispariţia tuturor punctelor de referinţă. Prinse într-o circularitate ameţitoare, evenimentele îşi pierd dimensiunea temporală: aflate neîncetat în întârziere faţă de propria lor desfăşurare, ele se vor răsuci asupra lor, într-o ciudată „retrocurbură" a istoriei" 31, care, tocmai din acest motiv, nu se va sfârşi niciodată. Baudrillard răspunde profeţilor „sfârşitului istoriei", ale căror puncte de sprijin sunt ideea mişcării progresiv-lineare a istoriei şi cea a finalităţii proceselor (finalitatea istoriei ar fi, după ei, propria ei moarte), prin afirmarea instantaneităţii virtuale a mesajelor, informaţiilor şi proceselor, faţă de care lealitatea apare doar ca un rest structural, o „excrescenţă" sau un deşeu nereciclat. Aceasta „deoarece, de fapt, *nimic nu are loc în timpul real* (s. B.). Nici măcar istoria. Istoria în timp real e reţeaua de televiziune CNN şi informaţia

instantanee, care e tocmai contrariul istoriei” 32.

Obiectele hiper-reale, ieşite din istorie şi străine propriei lor durate, sunt sortitte transparenţei absolute. Ele şi-au pierdut determinările fizice, biologice, psihologice, sexuale, economice, politice etc. Exemplu: corpul orbital aş cosmonautului, izolat în stare de imponderabilitate şi de asepsie totală, într-un spaţiu simulat, nu într-unul fizic. În acest caz, orbitalizarea fiinţei umane e contemporană cu satelizarea propriei noastre lumi: spaţiul metafizic se retrage, cedându-şi locul hiper-realităţii stelare. Pentru cosmonaut, realitatea nu mai e decât un trup inutil, un reziduu mort sau un terminal înzestrat cu calităţile telematice. La drept vorbind, e vorba mai puţin de o pierdere efectivă a realităţii cât de o „proximitate absolută” şi de o „supraexpunere la transparenţă” (identică, de altfel, cu promiscuitatea sexului în pornografie) care face ca omul să nu se mai poată produce ca aparenţă sau imagine, ci să devină „un pur ecran, ori o suprafaţă de absorbţie şi de resorbţie a reţelelor de influenţă” 33.

Cum mai poate fi concediată realitatea? Prin suprimarea germenilor de viaţă. Naşterea copiilor în eprubetă, într-un spaţiu total aseptic, supraprote-jat (asemănător cu cabina cosmonautului), e prefigurarea viitorului ca existenţă sub vid, care până acum era rezervată doar bacteriilor şi particulelor din laboratoare. Purificarea artificială a mediilor şi a ambianţei, al cărei scop e să suplinească sistemele imunologice interne aflate în suferinţă şi protecţia naturală a organismelor anunţă apariţia unei umanităţi vulnerabile în mod absolut: supraprotejat dar lipsit de apărare, omul viitorului va trăi într-o lume de o sofisticare igienică mortală, fiind un imuno-deficient virtual ce va face specia să dispară prin dispersie în propriile ei aparenţe.

Aceeaşi diseminare orbitală şi satelizare a realului apare în fenomenele politico-financiare contemporane. În zilele noastre, capitalul (care pentru Marx avea pondere şi stabilitate) e transpolitizat, plasat pe orbita planetei

dincolo de raporturile şi conflictele de producţie, politice sau ideologice; el se autonomizează ca formă aleatorie şi mobilă, „funcţionând dincolo de propriile lui finalităţi, într-o manieră absolut ireferenţială” 34.

Războiul total e un război virtual, iar ameninţarea atomică e plasată şi ea pe orbită şi fragmentată în mici reziduuri: războaiele miniaturale de la sol, duse cu mijloace convenţionale. La fel, datoria mondială, exorbitantă, care e şi ea orbitalizată, devenind „un satelit al pământului, ca şi războiul” 35... O adevărată minune, această datorie ce se învârte întruna, capitalurile absente care circulă, bogăţie negativă care, într-o zi, va fi desigur şi ea cotată la Bursă [...] încă nu s-a găsit soluţia orbitală pentru suprapopulaţie, dai” nu trebuie să ne pierdem speranţa” 36.

Tot ce e viu, real, diferenţiat, produs cu efoit – aşadar sortit să moară – e un simplu deşeu de care nu ne putem debarasa decât reciclându-l în hiper-realitatea orbitală (care va reuşi poate, cândva, să absoarbă până şi foiţa de munca excedentară37) sau integrându-l *fără rest* în structurile societăţii globale. Volatilizării pe orbită a capitalurilor, războaielor şi sateliţilor artificial ai pământului îi răspund dispozitivele integratoare precum consumul (deja evocat) sau marile desfăşurări politico-mediatice din democraţiile occidentale. Iar dacă producţia de obiecte e un fel de deşeu al consumului (aici, sloganul ar putea fi: tot ce nu poate fi consumat trebuie produs), voinţa politică responsabilă e şi ea doar un reziduu al masificării, adică al disciplinării mulţimilor amorfe, sub semnul inerţiei. După cum arată Baudrillard, în ţările occidentale puterea politică a dispărut, iar societatea, a cărei iniţiativă e neutralizată prin tehnici de manipulare şi de reciclare, apare doar ca un imens „deşeu cumulativ” 38. Asemenea capitalului financiar, democraţiile se descentralizează continuu, se deconectează, se depolitizează şi se detentorializează, fără a-şi propune însă finalităţi, opţiuni polemice sau proiecte de responsabilitate civică: singurul scop al organizării democratice a statelor e

integrarea ansamblului social, banalizarea şi dizolvarea spiritului de răspundere prin simultaneizarea pornografică a tuturor discursurilor. Exemple: sondajele de opinie, care prin parţialitatea lor imposibil de dovedit erodează vigilenţa politică, acţionând asupra masei electorale precum acizii într-un test chimic39; înmulţirea galopantă a comemorărilor – adevărată „euforie sub perfuzie" 40 – în mijlocul indiferenţei populare; fluiditatea docilă şi lipsa de reacţie a maselor, care, în clipa când optează pentru un candidat sau altul, o fac mai puţin din dorinţa de a fi reprezentate cât din aceea de „a asista la reprezentaţia politică", ca la un spectacol41: cel al puterii pe care o aleg pe*ntru a s*e *de*b*arasa d*e *p*u*tere!* Lucra vizibil şi în nehotărârea – doar aparentă – care, uneori, aduce la putere partide fără program definit, în vreme ce ar fi firesc ca alegerea să vizeze un program anume, eventual împotriva puterii!

Caracterul sumbru al analizei politice a lui Baudrillard reia concepţia sa despre istorie: aşa cum istoria nu se va sfârşi niciodată, *pentru că de fapt încă nu a început* cu adevărat în dimensiunea ei de progres linear decât poate la modul rezidual 42, puterea politică nu poate muri de moarte violentă. Deoarece puterea şi-a trădat esenţa politică, dizolvându-se în interacţiunea publicitar-mediatică, „majorităţile tăcute" o vor susţine mereu, tocmai pentru a scăpa de ea! Şi aceasta, arată Baudrillard, în virtutea unei observaţii care ţine de bunul simţ: de când există putere politică, atitudinea spontană a maselor faţă de ea a fost o reacţie de neîncredere, chiar şi atunci când, prin forţa lor de decizie materializată în votul depus în urne, i-au consacrat legitimitatea.

Consecvent sieşi, Baudrillard refuză alternativele de recuperare şi depăşire dialectică a contradicţiilor şi ambiguităţilor istoriei îi politicii. Deoarece „energiile legate îşi vizează propria moarte" 43 – prin eliberare –, singura strategie lucidă e cea *catastrofică*, în care „lucrurile sunt împinse până la limita la care, în mod firesc, se inversează şi se prăbuşesc totodată" 44. Punctul

crucial al reflecţiei oneste trebuie să fie răul însuşi (*le mal*), nu nefericirea (*le malheur*). De unde concluzia, pătrunsă de amărăciune dar în acelaşi timp tonică, a ultimului său volum: „Ne găsim în faţa unei tentative duble: a împlinirii lumii şi a realităţii integrale – şi a continuării unui Nimic din care cartea de faţă face parte. Ambele sunt sortite eşecului, în vreme însă ce eşecul unei tentative de împlinire e negativ, cel al uneia de distrugere e vital şi pozitiv. Tocmai de aceea, gândirea care ştie că oricum va eşua, trebuie să vizeze obiective criminale. O întreprindere ce vizează obiective pozitive nu-şi poate îngădui să eşueze. Una care vizează obiective criminale trebuie să eşueze. Tocmai aceasta e practica, bine temperată, a principiului răului. Dacă sistemul eşuează viind să fie totul, din el nu rămâne nimic. Dacă gândirea eşuează cu voinţa de a nu fi nimic, întotdeauna va rămâne ceva" 45.

Horia LAZĂR

1 Traducerea titlurilor în limba română e urmată de sigle pe care le vom folosi, după nevoi, în trimiterile bibliografice din studiul nostru. Paginaţia *Sistemului obiectelor* (SE) trimite la ediţia originală. Notele numerotate aparţin autorului, cele marcate cu asterisc sunt ale noastre. 2TM, p. 11.3CEPS, p. 84.

4 Curioasă viciere a perspectivei, introdusă de ideologia marxistă (inutil să mai amintim că economia politică marxistă e mai puţin operă ştiinţifică cât ideologică, aşadar un instrument de presiune): anterior societăţii socialiste (şi comuniste) popoarele au muncit somnambulic, într-un soi de vast univers concentraţionar, în care au fost silite să intre, vânzându-şi forţa de muncă pentru a putea subzista. În comunism, a cărui imagine nu o mai putem despărţi de lagărele de muncă forţată – instalaţii-pilot de „reeducare" prin infuzarea „adevăratului" sens al muncii, în fapt însă instituţie de exterminare a opiniilor politice contrare sistemului –, popoarele se „eliberează" ca şi colectivităţi muncitoare informe, riguros disciplinate. Concepţia muncii „eliberate"

în comunism lasă să se întrevadă visul nemărturisit al elitelor totalitare: oamenii trebuie să-şi trăiască cu convingere maxima constrângere (cea a opiniei) ca pe o libertate; „justiţia socială" devine o terorizare permanentă a conştiinţelor.

„Exploatarea" capitalistă aduce plusvaloare materială, „eliberarea" comunistă prin muncă desfiinţează persoana umană. Capitalismul e o uzină, comunismul o ocnă, iar exploatatul de ieri e exterminatul de azi. SESM, p.25.

6 MP, p.9.

7 ESM, p.28.8CEPS, p.8*5.9 Ibid.*, *p*. %6.10/fi (V/., p.87. uă O, p.218.

12 Ibid. p.222.

13 *Ibid*. 14

rf, p 15SC, p.62.

16 *Ibid.*, p.66. În această optică, consumul nu e-definit prin referire la valoarea de utilizare a obiectelor, ci apare ca un cod de comportament sever reglementat, cu semnificaţie distinctivă, afiliindu-l pe consumator la un anumit grup, sau dimpotrivă deniarcându-l în sânul acestuia (SC, p.79). În ce priveşte legătura dintre privilegii şi penurie (sărăcie), trebuie remarcat faptul că, în logica ei socială, creşterea e „reproducerea unei penurii *structurale*" (care nu are nimic de a face cu *raritatea* obiectelor: nu se produce mai mult pentru că obiectele ar fi insuficiente), „sistematizată ca funcţie de relansare economică şi ca strategie de putere" (*Ibid.*, p.89).

17 ESM, p. 30.

18 *Ibid.*, p.33.

19 *Ibid*. *20 Ibid.*, *p35.2*\ *Ibid.*, p.28.

22 SC, p.240. La fel cum consumul nu eliberează obiectul decât în *funcţia* lui abstractă (semnificarea nevoilor), timpul liber ne readuce, simetric, la *nevoia* de a ne elibera de timpul viu: dacă munca nu mai produce obiecte ci semne ale dorinţelor, răgazul reintroduce nevoia de a consuma simulacre de libertate.

23 ESM, p. 34, notai.

24 Ultima carte a lui Baudrillard, *Le crime parfait*, pretinde că e „istoria unei crime: crima uciderii realităţii”, şi a „exterminării unei iluzii – iluzia vitală, iluzia radicală a lumii” (CP.p.10).

250F, p.21.

26 „Refularea nu e niciodată refulare *a* sexului în folosul unui nu ştiu ce, ci refulare *prin* sex – patrularea discursului, a trupului, a energiilor şi a instituţiilor de către sex, în numele „sexului ce se exprimă pe sine”. Sexul refulat nu face decât să ascundă refularea prin sex” (OF, p.26).

27 Un exemplu: „indiferenţa sexuală” a „sexului hipersexual”, derealizat, ilustrat de Madonna, „condamnată să încarneze succesiv, sau simultan, toate rolurile şi versiunile (mai curând decât perversiunile) sexului, deoarece pentru ea nu mai există alteritate sexuală” (CP, p. 175). Hiper-realizarea e, în acelaşi timp, dediferenţiere şi denaturalizare.

28 OF, p.35. Lucru care apare la analiza ansamblului social, în globalitatea lui interactivă. Odată eliberată, feminitatea devine principiu director în retorica publicitară: toate obiectele primesc atribute feminine (căldură, fidelitate, atractivitate, supunere etc). Schemele de persuasiune publicitară confirmă statutul de obiect (aşadar poziţia de subordonare) al femeii în ierarhia socială şi erotică (So, p.98).

29 „Binele nu poate fi eliberat prin eliminarea răului. Mai rău: eliberând binele eliberăm şi răul. Adevărul nostru echilibru, balanţa noastră e inseparabilitatea binelui şi a răului”.

(IF, p.120).

«IF.p.115.

31 Ibid. *p.24*.

32 ftirf., p.130.

33 ALM, p.25.

MTM, p.19.

35/ «</., p.35.

36 *Ibid*.

37 CP, p.69.

38 GD, p.33...

39 *Ibid.*, p.37. De altfel, prin frecvenţa lor, sondajele „ucid alegerile, care nu mai sunt decât „cazuri particulare" ale sondajelor!(*Ibid.*, p.128).

40 Ibid. p.92... „,.

41 *Ibid.*, p.50. Paradoxul opţiunilor electorale contemporane: oamenii politici sunt aleşi pentru că *nu reprezint/i nimic* iar discursul liderilor politici, în care alternează demagogia servilă şi provocările neputincioase, nu face decât să ilustreze neîncrederea generalizată care, în zilele noastre, e principiul democraţiilor.

42 Dacă ar trebui să scriem o istorie a progresului, obiect istoric prin excelenţă, ar trebui să scriem istoria rezistenţelor faţă de progres, arată Baudrillard (*Ibid.*, p.126). 43ESM, p. II.

44 *Ibid.*

45 CP, p.207.

CUPRINS

INTRODUCERE

A. SISTEMUL FUNCŢIONAL SAU DISCURSUL OBIECTIV.

I. STRUCTURILE DE ARANJARE A MEDIULUI COTIDIAN

Mediul tradiţional

Obiectul modern eliberat în propria-i funcţie

Interiorul model

Elementele

Pereţii şi lumina

Luminarea

Oglinzi şi portrete

Ceasul de perete şi timpul

Spre o sociologie a aranjării

Omul ce aranjează lucruri

H. STRUCTURILE DE AMBIANŢĂ

Valorile de ambianţă: *culoarea*

Culoarea tradiţională

Culoarea naturală

Culoarea funcţională
Caldul şi recele
Valorile de ambianţă: *materialul*
Lemn natural, lemn cultural
Logica ambianţei
Un material model: sticla
Omul de relaţie şi de ambianţă
Scaunele
Culturalitate şi cenzură
Valorile de ambianţă. *Gestica şi formele*
Gestica tradiţională: efortul
Gestica funcţională: controlul
Un nou câmp de operaţii
Miniaturizarea
Stilizare, manevrabilitate, învelire
Sfârşitul dimensiunii simbolice
Abstracţia puterii
Mitul funcţionalist
Forma funcţională: bricheta
Conotaţia formală: aripa maşinii
Alibiul formei
HI. CONCLUZIE: NATURALITATE ŞI FUNCŢIONALITATE ANEXA: LUMEA DOMESTICĂ ŞI AUTOMOBILUL
B. SISTEMUL NEFUNCIÓNAL SAU DISCURSUL SUBIECTIV
I. OBIECTUL MARGINAL: OBIECTUL VECHI
Valoarea lui de ambianţă: *istorialitatea*
Valoarea lui simbolică: *mitul originii*
„Autenticitatea”.
Sindromul neo-cultural: *restaurarea*
Sincronie, diacronie, anacronie
Proiecţia inversă: *obiectul tehnic la „primitivi”.*
Piaţa lucrurilor vechi
Neo-imperialismul cultural
II. SISTEMUL MARGINAL: COLECŢIA
Obiectul despărţit de propria-i funcţie
Obiectul-pasiune

Cel mai frumos animal domestic...60
Un joc serial...61
De la cantitate la calitate: *obiectul unic*...61
Obiecte şi obişnuinţe: *ceasul de mână*...63
Obiectul şi timpul: *ciclul dirijat*...64
Obiectul sechestrat: *gelozia*...65
Obiectul destructurat: *perversiunea*... 66
De la motivaţia serială la motivaţia reală...69
Discursul îndreptat spre sine...70
C. SISTEMUL META-DISFUNCŢIONAL: GADGETURI ŞI ROBOŢI
Conotaţia tehnică: *automatismul*...73
Tramcendenţa funcţională...73
Aberanta funcţională: *gadgetul*...75
Pseudofuncţionalitatea: *maşinul*...76
Metafuncţionalitatea: *robotul*...79
Avatarurile tehnicii...82
Tehnica şi sistemul inconştient...85
D. SISTEMUL SOCIO-IDEOLOGIC AL OBIECTELOR ŞI AL CONSUMULUI...90
I. MODELE ŞI SERII
Obiectul preindustrial şi modelul industrial...90
Obiectul „personalizat" ...91
Alegerea...92
Diferenţa marginală...92
Idealitatea modelului...93
De la model la serie...95
Deficitul tehnic...95
Deficitul de „stil" ...96
Diferenţa de clasă...97
Privilegiul actualităţii...98
Necazurile persoanei...99
Ideologia modelelor...100
D. CREDITUL... 103
Drepturile şi îndatoririle cetăţeanului consumator... 103
P recesiunea consumului: *o nouă etică*... 104
Constrângerea de a cumpăra... 105

Miracolul cumpărării... 106
Ambiguitatea obiectului casnic... 107
UI. PUBLICITATEA... 108
Discursul asupra obiectelor şi discursul-obiect... 108
Imperativul şi indicativul publicitar... 108
Logica lui Moş Crăciun... 109
Instanţa maternă: *fotoliul Airborne*... 110
Festivalul puterii de cumpărare... 112
Gratificare şi reprimareinstanţa dublă...'114
Prezumţia colectivă... 116
Lessive Pax... 116
Concursul publicitar... 117
Garap... 119
Un nou umanism?... 119
Condiţionarea serială... 119
Libertatea prin lipsă... 120
Un nou limbaj?... 121
Structură şi decupaj: marca... 122
Un cod universal: standingul... 125
CONCLUZIE: SPRE O DEFINIŢIE A „CONSUMULUI" 130
POSTFAŢĂ: ÎN CĂUTAREA OBIECTULUI PIERDUT (Horialazăr) ...134

rutem oare clasifica întreaga vegetaţie a obiectelor ca pe o floră sau o faună, cu specii tropicale şi glaciare, cu mutaţii bruşte şi cu specii pe cale de dispariţie? în civilizaţia urbană vedem succedându-se în ritm accelerat generaţii de produse, de aparate, de gadgetâiri faţa de care omul pare o specie deosebit de stabilă. Dacă ne gândim bine „această viermuiala nu e mai neobişnuită decât cea a nenumăratelor specii naturale. Iar pe acestea omul Le-a pus deja în ordine. Şi, pe vremea când a început să facă acest lucru în mod sistematic, a fost în stare şi să ofere un tablou exhaustiv al obiectelor practice şi tehnice de care era înconjurat, în Enciclopedie. De atunci, însă, echilibrul s-a rupt: obiectele cotidiene (nu avem în vedere dispozitivele automate) proliferează, nevoile se înmulţesc, producţia accelerează apariţia şi dispariţia acestora, iar

vocabularul nu mai ajunge să le definească. Putem oare spera că vom reuşi să clasificăm o lume de obiecte care se schimbă văzând cu ochii şi să ajungem la un sistem descriptiv al acestora?

JEAN BAUDRILLARD